



---

# **BACHELORARBEIT**

---

Herr  
**Vitus Meixl**

**Der Zusammenhang zwischen  
der Persönlichkeit und der  
sportlichen Motivation aktiver  
Fitnessstudiomitglieder**

Eine empirische Untersuchung in  
Zusammenarbeit mit der  
eGym GmbH

**2017**

# **BACHELORARBEIT**

---

## **Der Zusammenhang zwischen der Persönlichkeit und der sportlichen Motivation aktiver Fitnessstudiomitglieder**

Eine empirische Untersuchung in  
Zusammenarbeit mit der  
eGym GmbH

Autor:  
**Herr Vitus Meixl**

Studiengang:  
**Gesundheitsmanagement**

Seminargruppe:  
**GM14wP1-B**

Erstprüfer:  
**Prof. Dr. Sebastian Scharf**

Zweitprüfer:  
**Florian Eibl**

Einreichung:  
**Mittweida, 06.06.2017**

# **BACHELOR THESIS**

---

## **The connection between the personality and the sporty motivation of active fitnessstudio members**

An empirical investigation in  
collaboration with eGym GmbH

author:

**Mr. Vitus Meixl**

course of studies:

**Health Management**

seminar group:

**GM14wP1-B**

first examiner:

**Prof. Dr. Sebastian Scharf**

second examiner:

**Florian Eibl**

submission:

**Mittweida, 06.06.2017**

---

## **Bibliografische Angaben**

Meixl, Vitus:

Der Zusammenhang zwischen der Persönlichkeit und der sportlichen Motivation aktiver Fitnessstudiomitglieder - Eine empirische Untersuchung in Zusammenarbeit mit der eGym GmbH

The connection between the personality and the sporty motivation of active fitnessstudio members - An empirical investigation in collaboration with eGym GmbH

50 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

## **Abstract**

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, die Zusammenhänge zwischen der Persönlichkeit und der sportlichen Motivation von aktiven Fitnessstudiomitgliedern empirisch zu untersuchen. Wissenschaftlich ist sie damit ein Beitrag zur Sportpsychologie. Die Untersuchung fand im Rahmen einer quantitativen Befragung statt, in der insgesamt 746 eGym-Kunden teilnahmen, die deutschlandweit in Fitnessstudios trainieren. Als Messgrößen dienten dabei die Big Five, durch die sich die Persönlichkeit beschreiben lässt, und verschiedene Arten intrinsischer und extrinsischer Motivation, sowie der Amotivation. Die Motivationen wurden mittels der Sport-Motivation-Skala bestimmt. Interessante positive Zusammenhänge konnten zwischen den Persönlichkeitsfacetten Gewissenhaftigkeit, Extraversion und Offenheit und den intrinsischen Motivationen festgestellt werden. Aber auch extrinsische Motivationen korrelieren beispielsweise mit Gewissenhaftigkeit oder Offenheit. Des Weiteren konnte ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Facette Neurotizismus und der Amotivation nachgewiesen werden. Zwar korrelieren nicht alle der fünf Persönlichkeitsfacetten mit den jeweiligen Motivationsarten, jedoch lassen die Ergebnisse folgende Aussage zu: Alle drei untersuchten intrinsischen Motivationen, die extrinsische Motivation EM introjection und die Amotivation lassen sich durch bestimmte Facetten der Big Five beschreiben.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>VII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>VIII</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>IX</b>
<b>1 Einführung.....</b>	<b>1</b>
1.1 Problemstellung und Motivation .....	1
1.2 Wissenschaftliche Einordnung .....	3
1.3 Forschungsfrage, Ziel und Ausblick .....	3
1.4 Aufbau der Arbeit .....	4
<b>2 Theoretischer Hintergrund .....</b>	<b>5</b>
2.1 Begriffsdefinitionen.....	5
2.1.1 Motivation und Motiv .....	5
2.1.2 Persönlichkeit .....	6
2.1.3 Körperliche Aktivität, Sport und Fitness.....	7
2.2 Das Fünf-Faktoren-Modell (Big Five).....	8
2.3 Motivkomplexe im Fitness-Sport .....	11
2.3.1 Gesundheit und Fitness .....	12
2.3.2 Ausgleich und Wohlbefinden.....	12
2.3.3 Leistung .....	13
2.3.4 Spaß und Freude an der Bewegung .....	13
2.3.5 Anschluss und Geselligkeit .....	13
2.3.6 Aussehen/ Ästhetik .....	13
2.4 Modelle zur Analyse sportlicher Motive und sportlicher Motivation .....	14
2.4.1 Berner Motiv- und Zielinventar (BMZI) .....	14
2.4.2 Sport Motivation Scale (SMS) .....	15
2.5 Der Zusammenhang zwischen der Persönlichkeit und den Sportmotiven ..	19
2.6 Der Zusammenhang zwischen der Persönlichkeit und der Motivation .....	21
2.7 Hypothesen.....	23
<b>3 Empirische Untersuchung.....</b>	<b>25</b>
3.1 eGym GmbH.....	25
3.2 Methodik .....	27
3.2.1 Strategie .....	27

---

3.2.2	Erhebungsinstrument .....	27
3.2.3	Ablauf der Untersuchung .....	28
3.2.4	Aufbereitung der Daten .....	29
3.2.5	Auswertung der Daten .....	29
3.3	Ergebnisse .....	30
3.3.1	Deskriptive Statistik .....	30
3.3.2	Ergebnisse der Korrelationsanalyse .....	31
3.3.3	Überprüfung der Hypothesen .....	33
3.3.4	Weitere Ergebnisse .....	39
3.4	Diskussion .....	41
3.4.1	Interpretation .....	41
3.4.2	Methodische Limitation .....	48
<b>4</b>	<b>Fazit mit Forschungsausblick .....</b>	<b>50</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>XI</b>
	<b>Anhang .....</b>	<b>XV</b>
	<b>Eigenständigkeitserklärung .....</b>	<b>XXXVII</b>

---

## Abkürzungsverzeichnis

BFI-25	Big Five Inventory – 25
BFI-S	Big Five Inventory - SOEP
BMZI	Berner Motiv- und Zielinventar
DIW Berlin	Deutsches Institut für Wirtschaftsordnung Berlin
EM	Extrinsic Motivation / Extrinsische Motivation
et al.	et alli / und andere
Hrsg.	Herausgeber
IM	Intrinsic Motivation / Intrinsische Motivation
NEO-PI-R	NEO Personality Inventory revised / NEO-Persönlichkeitsinventar
Sig.	Signifikanz
SMS	Sport Motivation Scale / Sport-Motivation-Skala
SOEP	Sozio-ökonomisches Panel
TIPI	Ten Item Personality Inventory
Vgl.	Vergleiche
Vol.	Volume (englisch)
z.B.	zum Beispiel

---

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Mitgliederzahlen der Fitnessstudios in Deutschland.....	1
Abbildung 2: Altersgruppenverteilung der 672 Probanden.....	31
Abbildung 3: Durchschnittliches Persönlichkeitsprofil, Arithmetische Mittel der Big Five .....	40
Abbildung 4: Durchschnittliches Motivationsprofil, Arithmetische Mittel der sieben Motivationsarten aller 762 Probanden .....	40



## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Die Big Five und ihre Eigenschaften in niedriger und hoher Ausprägung .....	9
Tabelle 2: Die Big Five und ihre Subfacetten.....	10
Tabelle 3: BFI-S Fragebogeninhalte .....	11
Tabelle 4: SMS Fragebogeninhalte .....	19
Tabelle 5: Korrelationskoeffizienten (nach Spearman-Rho) mit den Big Five und den sieben Motivationen als Variablen .....	32
Tabelle 6: Koeffizienten aus der Regressionsanalyse mit der abhängigen Variable a) IM to know.....	35
Tabelle 7: Koeffizienten aus der Regressionsanalyse mit der abhängigen Variable b) IM to accomplish .....	35
Tabelle 8: Koeffizienten aus der Regressionsanalyse mit der abhängigen Variable c) IM to experience stimulation.....	36
Tabelle 9: Koeffizienten aus der Regressionsanalyse mit der abhängigen Variable d) EM identification.....	36
Tabelle 10: Koeffizienten aus der Regressionsanalyse mit der abhängigen Variable e) EM introjection .....	37
Tabelle 11: Koeffizienten aus der Regressionsanalyse mit der abhängigen Variable f) EM external regulation .....	37
Tabelle 12: Koeffizienten aus der Regressionsanalyse mit der abhängigen Variable g) Amotivation .....	38
Tabelle 13: Geschlechterspezifisches Arithmetisches Mittel der sieben Motivationsarten .....	39
Tabelle 14: Arithmetisches Mittel der sieben Motivationsarten aller 672 Probanden....	39

# 1 Einführung

## 1.1 Problemstellung und Motivation

Die Fitnessbranche ist das am schnellsten wachsende Sportsegment in Deutschland und überholt damit sogar den Fußball.<sup>1</sup> Die Faktoren Mitgliederzahlen, Umsatz und die Anzahl der Fitnessanlagen konnten ein beachtliches Wachstum in den letzten Jahren verbuchen. Seit 2006 haben sich die Mitgliederzahlen in Fitnessstudios von 5,18 Millionen auf 10,08 Millionen im Jahr 2016 fast verdoppelt (siehe Abbildung 1).<sup>2</sup> Davon trainieren 2016 allerdings nur 3,41 Millionen Menschen mehrmals wöchentlich im Fitnessstudio.<sup>3</sup> Auch die Anzahl der Fitnessanlagen stieg in Deutschland bis 2016 auf einen Rekordwert von 8.684.<sup>4</sup> Der Umsatz der Fitnessbranche betrug 2016 rund fünf Milliarden Euro. Das sind eine Milliarde Euro mehr als noch fünf Jahre zuvor im Jahr 2011.<sup>5</sup>

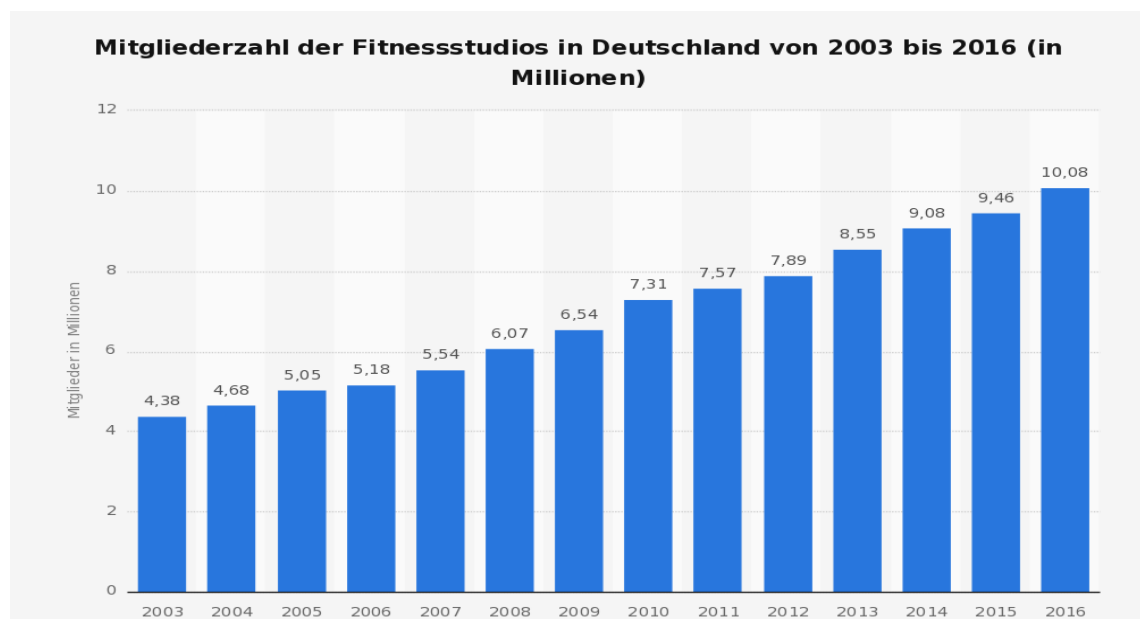


Abbildung 1: Mitgliederzahlen der Fitnessstudios in Deutschland<sup>6</sup>

<sup>1</sup> Vgl. Wohner, [www.tagesspiegel.de](http://www.tagesspiegel.de), [Stand 15.05.2017]

<sup>2</sup> Vgl. DSSV/Deloitte, [www.statista.de/mitgliederanzahl](http://www.statista.de/mitgliederanzahl), [Stand 15.05.2017]

<sup>3</sup> Vgl. DSSV/Deloitte, [www.statista.de/häufigkeit](http://www.statista.de/häufigkeit), [Stand 15.05.2017]

<sup>4</sup> Vgl. DSSV/Deloitte, [www.statista.de/anlagenanzahl](http://www.statista.de/anlagenanzahl), [Stand 15.05.2017]

<sup>5</sup> Vgl. DSSV/Deloitte, [www.statista.de/umsatz](http://www.statista.de/umsatz), [Stand 15.05.2017]

<sup>6</sup> Vgl. DSSV/Deloitte, [www.statista.de/mitgliederanzahl](http://www.statista.de/mitgliederanzahl), [Stand 15.05.2017]

Für diesen Fitnessboom gibt es konkrete Gründe. Der Faktor Gesundheit wird ein immer zentraleres Thema in der Gesellschaft. Darüber hinaus entwickeln sich auch die Fitnessanlagen weiter und werden immer moderner und sicherer für den Kunden. Allgemein steigt die Qualifikation der Mitarbeiter in diesen Anlagen, die durch ein immer größer werdendes Ausbildungs- und Studienangebot gefördert werden. Immer mehr Unternehmen erkennen das Potenzial des Betrieblichen Gesundheitsmanagements, kurz BGM, und fördern ihre Mitarbeiter dahingehend, mehr für ihre Gesundheit zu tun und für die Zukunft präventiv vorzubeugen. Zuletzt ist die Digitalisierung zu nennen, die neue Möglichkeiten in der Fitnessbranche schafft. Egal ob das Kundenmanagement oder die Trainingsgeräte, alle Sparten profitieren von der Digitalisierung und den damit verbundenen neuen Technologien.<sup>7</sup>

Betrachtet man jedoch die negativen Seiten der Fitnessbranche aus unternehmerischer Sicht, so sieht man, dass die Fitnessstudios mit einer jährlichen Fluktuationsrate von durchschnittlich 26% zu kämpfen haben.<sup>8</sup> Zwar melden sich durchschnittlich, wie bereits veranschaulicht, jedes Jahr mehr Leute im Fitnessstudio an, als sich Leute abmelden, jedoch stellt sich hier die Frage der Wirtschaftlichkeit. Aus wirtschaftlicher Sicht rechnet sich die längerfristige Kundenbindung mehr, als die Neukundengewinnung. Anders gesagt, sorgt eine Senkung der Fluktuationsrate bei gleichbleibender Mitgliederanzahl für einen höheren Endjahresumsatz. Dies resultiert aus dem deutlich geringeren Betrag, der für Bestandskunden im Gegensatz zu Neukunden aufgewendet werden muss. Studien zeigen, dass die Anzahl der Fitnessstudiobesuche eines Neukunden, besonders im ersten Monat, als früher Indikator für einen späteren Vertragsaustritt dienen kann.<sup>9</sup>

Der Schlüssel im wirtschaftlichen Erfolg eines Fitnessstudios kann also demnach in der Senkung der Fluktuationsrate durch dauerhafte Motivation der Mitglieder zum regelmäßigen Fitnesstraining liegen. Jedoch lässt sich jeder Mensch durch individuelle Faktoren motivieren. Diesbezüglich kann eine Persönlichkeitsanalyse mehr über einen Menschen verraten. Doch gibt es Zusammenhänge zwischen der Persönlichkeit und der sportlichen Motivation aktiver Fitnessstudiomitglieder? Lassen sich anhand von analysierten Persönlichkeitsmerkmalen verschiedenster Fitnessstudiomitglieder direkte Aussagen über deren jeweilige Motivation treffen, die diese zum regelmäßigen Sporttreiben antreibt? Im Rahmen der Bachelorarbeit sollen diese Fragen beantwortet werden, indem, nach der Erläuterung des theoretischen Standes der Wissenschaft, der

---

<sup>7</sup> Vgl. Tusch 2016, 1-4

<sup>8</sup> Vgl. Capelan/Fütterer/Gronau et al., 2014, 16

<sup>9</sup> Vgl. Bechler, [www.tempomacher-consulting.de](http://www.tempomacher-consulting.de), [Stand 15.05.2017]

Zusammenhang zwischen der Persönlichkeit und der sportlichen Motivation aktiver Fitnessstudiomitglieder empirisch untersucht wird. Die eGym GmbH unterstützt den Verfasser dabei hinsichtlich der Teilnehmergewinnung für die empirische Untersuchung.

## 1.2 Wissenschaftliche Einordnung

Die Begriffe Persönlichkeit und Motivation sind jeweils der Persönlichkeitspsychologie und der Motivationspsychologie zuzuordnen. Beide sind Teil der allgemeinen Psychologie. Genauer beschäftigt sich die sportliche Motivation mit der Sportpsychologie, die sowohl ein Teilgebiet der Psychologie, als auch ein Teilgebiet der Sportwissenschaft ist. Alle diese eben genannten Begriffe sind Teile der Humanwissenschaft und können dieser untergeordnet werden. Einzuordnen ist die Bachelorarbeit dem Teilbereich der Sportpsychologie. Diese „ist eine anwendungsorientierte Wissenschaft, die sich mit dem Erleben und Verhalten von Menschen im Sport sowie den Ursachen und Wirkungen dieses Erlebens und Verhaltens beschäftigt.“<sup>10</sup>

## 1.3 Forschungsfrage, Ziel und Ausblick

Die Forschungsfrage der Bachelorarbeit lautet:

**Bestehen Zusammenhänge zwischen der Persönlichkeit aktiver Fitnessstudiomitglieder, analysiert mit Hilfe des Fünf-Faktoren-Modells, und ihrer sportlichen Motivation, analysiert mit der SMS, die Sie zum regelmäßigen Sporttreiben im Fitnessstudio antreibt?**

Das Ziel ist es, eine wissenschaftliche Grundlage für die Fitnessstudios in Deutschland und allgemein für Firmen der Fitnessbranche, wie z.B. die eGym GmbH, zu schaffen, die diesen einen höheren Unternehmenserfolg durch eine stärkere und länger andauernde Kundenbindung ermöglichen kann. Falls sich Zusammenhänge zwischen Persönlichkeitsmerkmalen und der sportlichen Motivation von Fitnessstudiomitgliedern im Rahmen der empirischen Untersuchung erkennen lassen, können diese in Zukunft erheblich das Kundenmanagement in diesem Bereich beeinflussen. eGym und Fitnessstudios könnten auf Basis der Persönlichkeitsprofile ihrer Kunden, individuelle und personalisierte Maßnahmen zu deren Motivation einleiten. Dadurch erhöht sich die

---

<sup>10</sup> Baumgärtner/Ennigkeit/Hänsel et al., 2016, 8

Motivation der Kunden für ihr Fitnesstraining und gleichzeitig bleiben sie durch die stärkere Bindung und individuell zugeschnittene Betreuung länger ein Kunde des Unternehmens. Dadurch kann das Fitnessstudio seinen Umsatz steigern und seinen wirtschaftlichen Erfolg ausbauen. Hier kommt die Frage auf, warum man nicht nur die Motive der Kunden ohne deren Persönlichkeit analysiert und diese dann jeweils direkt zum Sport motiviert. Zum einen ist unterschwellige Motivation wirksamer als direkte Motivation.<sup>11</sup> Zum anderen könnte es ein Ziel sein, das Ganze zu automatisieren. Über eine App wird ein Teil des Kundenmanagements abgewickelt. Der Kunde erstellt sein Persönlichkeitsprofil über die App und bekommt dann darauf aufbauend immer wieder unterschwellige Anreize zur Motivation, die auf sein individuelles Persönlichkeitsprofil zugeschnitten sind. Dies könnte durch ein Programm automatisiert und später alleinig von einer App gesteuert werden.

## 1.4 Aufbau der Arbeit

In der folgenden Arbeit sollen die Zusammenhänge zwischen der sportlichen Motivation und der Persönlichkeit von aktiven Fitnessstudiomitgliedern untersucht werden. Dazu wird die Arbeit aus zwei Teilen aufgebaut. Im ersten Teil werden die Problematik, die theoretischen Hintergründe und der aktuelle Stand der Literatur hinsichtlich der Thematik erläutert und vorgestellt. Im Anschluss wird im zweiten Teil eine empirische Untersuchung durchgeführt, in welcher der Zusammenhang mittels deskriptiver, explorativer und induktiver Statistikanalysen analysiert, beschrieben und dargestellt werden soll. Zuletzt werden die Ergebnisse im Hinblick auf den Theorieteil kritisch diskutiert. Ein Zukunfts- bzw. Forschungsausblick schließt die Arbeit ab.

---

<sup>11</sup> Vgl. Spektrum der Wissenschaft, [www.spektrum.de](http://www.spektrum.de), [Stand 15.05.2017]

## 2 Theoretischer Hintergrund

Im Folgenden wird der theoretische Hintergrund sowie der aktuelle Stand der Literatur hinsichtlich der Thematik der Bachelorarbeit erläutert.

### 2.1 Begriffsdefinitionen

In diesem Kapitel werden thematisch relevante Definitionen oder Begriffserklärungen erläutert, die für das Verständnis der darauffolgenden Inhalte entscheidend sind.

#### 2.1.1 Motivation und Motiv

Grundsätzlich gilt es die beiden Begriffe Motivation und Motiv voneinander zu trennen, da diese nicht als Synonym zu verstehen sind. Motive sind Beweggründe einer Person, sie sind latent in dieser vorhanden und zeitlich relativ stabil. Durch Schlüsselreize werden diese Motive aktiviert und es entsteht Motivation z.B. zum Ausüben einer Handlung wie dem Gang ins Fitnessstudio. Motivation besteht also nicht permanent im Menschen, sondern wird situativ durch Aktivierung eines Motivs geweckt.<sup>12</sup> Dabei gibt es angeborene Motive, auch primäre Motive genannt, und sekundäre Motive, die während des Lebens erlernt werden.<sup>13</sup>

Der Begriff Motivation leitet sich von dem lateinischen Verb „movere“ ab und bedeutet „bewegen“ oder „antreiben“. <sup>14</sup> Er meint die „aktivierende Ausrichtung des momentanen Lebensvollzugs auf einen positiv bewerteten Zielzustand“<sup>15</sup>. Darüber hinaus ist er in die Begriffe extrinsische und intrinsische Motivation unterteilbar. Während es bei der extrinsischen Motivation eher um die Folgen einer Handlung geht, wie z.B. eine Belohnung oder eine Bestrafung, so steht bei der intrinsischen Motivation eher das emotionale Erleben im Vordergrund.<sup>16</sup> Intrinsisch motivierte Verhaltensweisen sind selbstbestimmt und kommen „von innen“, extrinsisch motivierte Verhaltensweisen kommen dagegen „von außen“. Demnach benötigen intrinsisch motivierte Verhaltensweisen keine äußeren Anreize, während diese bei extrinsisch motiviertem Verhalten zwingend notwendig sind. Allgemein ist motiviertes Verhalten zielgerichtet, benötigt

---

<sup>12</sup> Karimi/Kreddig, 2013, 120

<sup>13</sup> Vgl. Ebenda

<sup>14</sup> Vgl. Baumgärtner/Ennigkeit/Hänsel et al., 2016, 76

<sup>15</sup> Rheinberg/Vollmeyer, 2012, 15

<sup>16</sup> Vgl. Baumgärtner/Ennigkeit/Hänsel et al., 2016, 81

eine Aktivierung, verfügt über eine gewisse Intensität und braucht Ausdauer, damit das gesteckte Ziel langfristig verfolgt wird.<sup>17</sup>

## 2.1.2 Persönlichkeit

Bei der Ausführung von Handlungen spielt neben der Motivation außerdem die Persönlichkeit eine wichtige Rolle. Jeder Mensch verfügt über individuelle Eigenschaften, auf deren Basis er handelt. Außerdem handeln Menschen mit vergleichbaren Eigenschaften zu hoher Wahrscheinlichkeit ähnlich in vergleichbaren Situationen.<sup>18</sup>

Den Begriff Persönlichkeit definiert Herrmann als „ein bei jedem Menschen einzigartiges, relativ stabiles und den Zeitablauf überdauerndes Verhaltenskorrelat“.<sup>19</sup> „Der Begriff Verhaltenskorrelat meint, dass die Verhaltensweisen [...] eines Menschen miteinander in Beziehung stehen und nicht isoliert voneinander auftreten.“<sup>20</sup> Dabei ist die Persönlichkeit eines Menschen von zwei Einflüssen geprägt: Zum einen durch die Genetik und zum anderen durch äußere Umwelteinflüsse, wie z.B. die Kultur oder die Erziehung.<sup>21</sup>

Reinhard Pekrun führt in seinem Werk „Emotion, Motivation und Persönlichkeit“ verschiedene Definitionen des Begriffs Persönlichkeit auf und arbeitet die folgenden drei gemeinsame Definitionsbestandteile heraus:

- a) Bei Persönlichkeit handelt es sich um eine organisierte Menge von Merkmalen einer Person
- b) Diese Merkmale sind relativ überdauernd, also relativ zeitstabil
- c) Die betreffenden Merkmale sind charakteristisch für die einzelne Person, unterscheiden sich also von anderen Personen<sup>22</sup>

In der Definition wird nur die relative Zeitstabilität gefordert, da es kein Merkmal bei einem Menschen gibt, das über den gesamten Lebenslauf vollständig stabil ist.<sup>23</sup>

---

<sup>17</sup> Vgl. Karimi/Kreddig, 2013, 122-123

<sup>18</sup> Vgl. Karimi/Kreddig, 2013, 136

<sup>19</sup> Herrmann, 1991, 29

<sup>20</sup> Baumgärtner/Ennigkeit/Hänsel et al., 2016, 112

<sup>21</sup> Vgl. Karimi/Kreddig, 2013, 142

<sup>22</sup> Vgl. Pekrun, 1988, 10-11

<sup>23</sup> Vgl. Pekrun, 1988, 11

Um die Persönlichkeit eines Menschen zu beschreiben oder darzustellen gibt es mehrere Möglichkeiten bzw. Modelle. Im späteren Verlauf wird in Kapitel 2.2 detailliert auf ein Persönlichkeitsmodell eingegangen.

### 2.1.3 Körperliche Aktivität, Sport und Fitness

„Körperliche Aktivität meint, jede durch die Skelettmuskulatur ausgelöste Bewegung, die den Energieverbrauch über den Ruheumsatz anhebt.“<sup>24</sup> Der Ruhe- oder auch Grundumsatz ist die tägliche Energiemenge, die der menschliche Körper benötigt, um alle lebensnotwendigen Körperfunktionen aufrechtzuerhalten.<sup>25</sup>

Für den Begriff Sport gibt es viele verschiedene Definitionen und Beschreibungen, die keine konkrete Definition erlauben. Im Kern geht es jedoch immer um Bewegungsverhalten, das „nach kulturell vorgegebenen Deutungsmustern von Menschen in sozialen Kontexten durchgeführt und als sportbezogen erlebt wird.“<sup>26</sup> Sport im engeren Sinne ist zum Beispiel von der Institution des Wettkampfs geprägt, in dem auf der Basis von Chancengleichheit versucht wird, jeweils das beste Ergebnis zu erreichen. Im weiteren Sinne ist Sport die subjektive Zuweisung einer Sinnhaftigkeit an bewegungsbezogene Handlungen, z.B. durch den Vergleich mit anderen Sportlern oder einfach durch die Freude an der Bewegung.<sup>27</sup>

Der Begriff Fitness hat in den letzten Jahren einen enormen Bedeutungswandel durchgemacht. Während man früher unter dem Begriff „Fitness“ überwiegend die Funktionsfähigkeit des Körpers bei Belastung verstanden hat, beinhaltet er heute neben der körperlichen Komponente außerdem subjektive Aspekte, sowie psychische und soziale Dimensionen. „Zugleich bedeutet er aber auch Gesundheit, Modernität, Erfolg und gesellschaftliche Akzeptanz.“<sup>28</sup> Zarotis erläutert in seinem Werk „Ziel Fitness-Club: Motive im Fitness-Sport“ über zwanzig Definitionsansätze zu dem Begriff „Fitness“. Zusammenfassend formuliert er eine eigene Definition auf der Basis aller zuvor genannten Begriffsbestimmungen. Für Zarotis ist Fitness Lebensqualität, Selbstverwirklichung und Leistungsfähigkeit im physischen, psychischen, geistigen und sozialen Sinne.<sup>29</sup>

---

<sup>24</sup> Banzer/Thiel/Vogt, 2011, 12

<sup>25</sup> Vgl. Paulussen, flexikon.doccheck.com, [Stand 15.05.2017]

<sup>26</sup> Daumann/Emrich/Krüger et al., 2013, 339

<sup>27</sup> Vgl. Daumann/Emrich/Krüger et al., 2013, 339

<sup>28</sup> Zarotis, 1999, 30

<sup>29</sup> Vgl. Zarotis, 1999, 34



## 2.2 Das Fünf-Faktoren-Modell (Big Five)

Das derzeit bekannteste eigenschaftstheoretische Persönlichkeitsmodell ist das Fünf-Faktoren-Modell. Es wurde von Costa und McCrae entwickelt und basiert auf der grundlegenden Annahme, dass man die Persönlichkeitsunterschiede zwischen Individuen auf fünf zentrale Persönlichkeitsdimensionen bzw. Temperamentfaktoren zurückführen kann.<sup>30</sup> Diese fünf Dimensionen der Persönlichkeit, auch als die Big Five bekannt, sind:

- 1) Neurotizismus
- 2) Extraversion
- 3) Offenheit für Erfahrungen
- 4) Verträglichkeit
- 5) Gewissenhaftigkeit<sup>31</sup>

„Die fünf Dimensionen der Big Five kann man sich als fünf Skalen vorstellen, an deren Polen sich jeweils die gegensätzlichen Persönlichkeitsausprägungen gegenüberliegen“<sup>32</sup>. Jede dieser fünf Persönlichkeitsfacetten kann bei jedem Menschen verschieden stark oder schwach ausgeprägt sein. Dabei besitzen diese eine zeitliche Stabilität und sind kultur- und geschlechtsunabhängig.<sup>33</sup>

Personen mit einer hohen Ausprägung an Neurotizismus neigen beispielsweise zu Ängstlichkeit und geraten schneller aus ihrem emotionalen Gleichgewicht. Eine niedrige Ausprägung haben dagegen eher ruhige Menschen, die emotional sehr stabil sind. Extraversion steht bei hoher Ausprägung für Geselligkeit und Gesprächigkeit, während Menschen mit niedriger Ausprägung eher zurückhaltend, in sich gekehrt und pessimistisch sind. Personen mit einer hohen Ausprägung an Offenheit für Erfahrungen stehen neuen Erfahrungen offen gegenüber und schätzen diese, sind wissensbegierig, neugierig und besitzen zu hoher Wahrscheinlichkeit ein Gefühl für Kunst und Kreativität. Personen mit geringer Ausprägung in diesem Merkmal sind gegenüber Neuem eher verschlossen und orientieren sich lieber an Bekanntem und Bewährtem. Bei der Facette Verträglichkeit geht es in hoher Ausprägung eher um Harmoniebedürfnis und Mitge-

---

<sup>30</sup> Vgl. Gerlitz/Schupp, 2005, 2

<sup>31</sup> Vgl. Gerlitz/Schupp, 2005, 2

<sup>32</sup> Karimi/Kreddig, 2013, 139

<sup>33</sup> Vgl. Ebenda

fühl, wohingegen eine niedrige Ausprägung eher Misstrauen gegenüber anderen und Wettbewerbsorientierung in einer Person widerspiegelt. Zuletzt ist die Persönlichkeitsfacette Gewissenhaftigkeit zu erläutern. Hier stehen persönliche Eigenschaften wie ein hoher Organisationsgrad, Zuverlässigkeit und Sorgfältigkeit bei hoher Ausprägung den Eigenschaften Unzuverlässigkeit und Ungenauigkeit bei niedriger Ausprägung gegenüber.<sup>34</sup> Die folgende Tabelle zeigt die Big Five und ihre Eigenschaften in niedriger und hoher Ausprägung im Überblick.

<b>NEUROTIZISMUS</b>	
<u>Geringe Ausprägung:</u> ausgeglichen, beständig, emotional stabil, robust, entspannt, locker, selbstsicher, sorglos, zufrieden, unempfindlich, ruhig	<u>Hohe Ausprägung:</u> ängstlich, deprimiert, emotional, leicht verärgert, besorgt, unsicher, nervös, empfindlich, angespannt, selbstzweifelnd, unruhig, verletzlich, verwundbar, launisch, reizbar, mutlos
<b>EXTRAVERSION</b>	
<u>Geringe Ausprägung:</u> introvertiert, reserviert, ernst, schüchtern, distanziert, still, schweigsam, zurückhaltend, verschlossen, nach Innen gekehrt, unzugänglich, ruhig, zurückgezogen, scheu	<u>Hohe Ausprägung:</u> gesellig, gesprächig, großzügig, bestimmt, dominant, aktiv, impulsiv, mitteilend, lebhaft, abenteuerlustig, dynamisch, heiter, herzlich, kontaktfreudig, personenorientiert, spontan, witzig, energiegeladene, offen, sozial
<b>OFFENHEIT FÜR ERFAHRUNG</b>	
<u>Geringe Ausprägung:</u> sachlich, praktisch, traditionell, festgelegt, erdverbunden, fantasielos, nüchtern, pragmatisch, unflexibel, unaufgeschlossen, dogmatisch, konservativ, einfach, seicht, gewöhnlich	<u>Hohe Ausprägung:</u> einfallsreich, kultiviert, originell, vielseitig, intellektuell, aufgeschlossen, ästhetikbetont, aktiv, gebildet, kreativ, neugierig, geistreich, breit interessiert, wissbegierig, nonkonformistisch, weise
<b>VERTRÄGLICHKEIT</b>	
<u>Geringe Ausprägung:</u> starrköpfig, skeptisch, stolz, kompetitiv, angeberisch, arglistig, roh, rüde, narzisstisch, manipulierend, unaufrichtig, kalt, dickköpfig, eingebildet, arrogant, sarkastisch, streitsüchtig, undankbar, knickrig, unfreundlich, grausam	<u>Hohe Ausprägung:</u> freundlich, höflich, flexibel, vertrauensvoll, kooperativ, tolerant, versöhnlich, weichherzig, warmherzig, hilfsbereit, mitfühlend, gutmütig, Konflikt vermeidend, altruistisch, naiv, offenherzig, sanft, entgegenkommend, direkt
<b>GEWISSENHAFTIGKEIT</b>	
<u>Geringe Ausprägung:</u> unsystematisch, unsorgfältig, flatterhaft, unpünktlich, ziellos, hedonistisch, leichtfertig, schlampig, sprunghaft, unbesonnen, unbeständig, unbedacht, chaotisch, bequem, ehrgeizlos, faul, inkonsequent, unorganisiert, sorglos, unverantwortlich, unzuverlässig, vergesslich	<u>Hohe Ausprägung:</u> verlässlich, sorgfältig, verantwortungsbewusst, planvoll, organisiert, leistungsorientiert, ausdauernd, beharrlich, zuverlässig, arbeitsam, prinzipientreu, planvoll, unermüdlich, tüchtig, selbstdiszipliniert, effizient, praktisch, vorsichtig, überlegt

Tabelle 1: Die Big Five und ihre Eigenschaften in niedriger und hoher Ausprägung<sup>35</sup>

<sup>34</sup> Vgl. Karimi/Kreddig, 2013, 139

<sup>35</sup> Vgl. Bipp, 2006, 16

Der Fragebogen zur Erfassung der Big Five nach Costa und McCrae, im Englischen auch bekannt als „NEO Personality Inventory – Revised“ (NEO-PI-R), umfasst 240 Items. Diese Bearbeitung der jeweils 60 Items pro Dimension kann bis zu 40 Minuten dauern und überschreitet damit deutlich den zeitlichen Rahmen zur Erhebung der Big Five für die Untersuchung im zweiten Teil der vorliegenden Arbeit. Da es sich bei dieser außerdem um eine Mehrthemenbefragung handelt, wird aus diesem Grund eine gekürzte Version des Fragebogens herangezogen.<sup>36</sup>

Neurotizismus	Extraversion	Offenheit für Erfahrungen	Verträglichkeit	Gewissenhaftigkeit
Ängstlichkeit	Herzlichkeit	Offenheit für Phantasie	Vertrauen	Kompetenz
Reizbarkeit	Geselligkeit	Offenheit für Ästhetik	Freimütigkeit	Ordnungsliebe
Depression	Durchsetzungsfähigkeit	Offenheit für Gefühle	Altruismus	Pflichtbewusstsein
Soziale Befangenheit	Aktivität	Offenheit für Handlungen	Entgegenkommen	Leistungsstreben
Impulsivität	Erlebnishunger	Offenheit für Ideen	Bescheidenheit	Selbstdisziplin
Verletzlichkeit	Frohsinn	Offenheit des Werte- und Normensystems	Gutherzigkeit	Besonnenheit

Tabelle 2: Die Big Five und ihre Subfacetten<sup>37</sup>

Das Big Five Inventory – SOEP (BFI-S) wurde 2005 im Rahmen des SOEP entwickelt. Das Sozio-ökonomische Panel (SOEP) ist eine repräsentative Wiederholungsbefragung, in deren Rahmen jährlich etwa 30.000 Personen in Deutschland im Auftrag der DIW Berlin befragt werden. „Die Daten geben Auskunft zu Fragen über Einkommen, Erwerbstätigkeit, Bildung oder Gesundheit.“<sup>38</sup> Das BFI-S ist eine Kurzskala zur Erfassung der Big Five und wurde auf der Basis eines Pretests entwickelt. Bei diesem wurden zwei bestehende Kurzskalen zur Erfassung der Big Five von insgesamt 772 Personen beantwortet und die Ergebnisse anschließend gegenübergestellt und miteinander verglichen. Die eine Skala „Ten-Item Personality Inventory“ (TIPI) umfasst 10 Items zur Bestimmung der Big Five. Die Skala Big Five Inventory-25 (BFI-25) umfasst dagegen 25 Items. Im Endergebnis wurde die kürzere der beiden Skalen als „ungeeignet“ betitelt, während die Skala mit 25 Items passable Ergebnisse lieferte. Ziel war es nun, eine kürzere Skala zu entwickeln, welche zwar in kürzerer Zeit zu bearbeiten war, jedoch hinsichtlich der Ergebnisse, der Reliabilität und der Validität dem BFI-25 stark ähnelt bzw. den Werten dieses Inventars gleichen. Dies ist mit dem BFI-S nachweislich gelungen. Die interne Konsistenz der fünf Persönlichkeitsskalen des BFI-S, beschrie-

<sup>36</sup> Vgl. Böning/Kegel, 2013, 89

<sup>37</sup> Angleitner/Ostendorf, 2004, 34

<sup>38</sup> Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V., [www.diw.de](http://www.diw.de), [Stand 15.05.2017]

ben durch Cronbachs Alpha, weist Werte zwischen  $\alpha=0,50$  und  $\alpha=0,74$  auf. Die Skala umfasst 15 Items, jeweils drei Items für jede Persönlichkeitsfacette (siehe Tabelle 3). „Um den Subdimensionen der Big Five gerecht zu werden und Response-Effekte zu minimieren, besitzen die einzelnen Skalen inhaltlich heterogene Indikatoren sowie für vier von fünf Dimensionen ein gedrehtes Item.“<sup>39</sup> Auch hier kommt zur Beantwortung der Items eine 7-Punkt-Likert-Skala zum Einsatz (von „trifft überhaupt nicht zu“ bis „trifft voll zu“). Zusammenfassend wird die BFI-S mit ihrer durchschnittlichen Bearbeitungszeit von zwei Minuten als ein perfekt geeignetes Instrument für die Bestimmung der Big Five im Rahmen der empirischen Untersuchung im zweiten Teil dieser Arbeit angesehen.<sup>40</sup>

<b>Eingangsfrage: Ich bin jemand, der...</b>	
<b>Persönlichkeitsfacetten / Big Five</b>	<b>Zu bewertende Antworten / Items</b> (+) = positiv gepolte Items, (-) = negativ gepolte Items
Neurotizismus	sich oft Sorgen macht. (+) leicht nervös wird. (+) entspannt ist, mit Stress gut umgehen kann. (-)
Offenheit	Originell ist, neue Ideen einbringt. (+) künstlerische Erfahrungen schätzt. (+) eine lebhaft Phantasie, Vorstellungen hat. (+)
Verträglichkeit	manchmal etwas grob zu anderen ist. (-) verzeihen kann. (+) rücksichtsvoll und freundlich mit anderen umgeht. (+)
Extraversion	kommunikativ, gesprächig ist. (+) zurückhaltend ist. (-) aus sich herausgehen kann, gesellig ist. (+)
Gewissenhaftigkeit	gründlich arbeitet. (+) eher faul ist. (-) Aufgaben wirksam und effizient erledigt. (+)

Tabelle 3: BFI-S Fragebogeninhalte<sup>41</sup>

## 2.3 Motivkomplexe im Fitness-Sport

Die Gründe, warum Menschen ins Fitnessstudio gehen, wurden bereits erforscht. Enders Eckhard trug in seinem Werk „Motivationale und selbstkonzeptbezogene Aspekte im Fitnesssport“ die Meinungen verschiedener Autoren zusammen und bildete daraus

<sup>39</sup> Gerlitz/Schupp, 2005, 24

<sup>40</sup> Vgl. Gerlitz/Schupp, 2005, 11-30

<sup>41</sup> Vgl. Gerlitz/Schupp, 2005, 22

ein Resümee. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die auffälligsten Motive im Fitness-Sport aus den Bereichen Gesundheit und Fitness, Figurformung, Straffung der Figur und Verbesserung der Fitness kommen.<sup>42</sup>

Im Rahmen seiner eigenen Untersuchungen arbeitete Georgis Zarotis die Top-drei-Motive im Fitnesssport heraus, indem er 3248 Männer und Frauen hinsichtlich ihrer fitnessbezogenen Motive befragte. Das meistgenannte Item oder Motiv war die „Allgemeine Verbesserung der körperlichen Fitness“ aus dem Motivkomplex „Fitness und Gesundheit“. An zweiter Stelle steht das Item „Gewichtsreduktion“ aus dem Motivkomplex „Aussehen“. An dritter Stelle führt Zarotis das Item „Ausgleich zu beruflichem Stress“ aus dem Motivkomplex „Psychisches Erlebnis“ an.<sup>43</sup>

Caroline Köckeis arbeitete in ihrer Magisterarbeit „Beweggründe zum Sporttreiben im Fitnessstudio“ die folgenden sechs Motivkomplexe heraus: Gesundheit und Fitness, Ausgleich und Wohlbefinden, Leistung, Spaß und Freude an der Bewegung, Anschluss und Geselligkeit und Aussehen/ Ästhetik. Auf diese wird in den folgenden Unterabschnitten genauer eingegangen.

### **2.3.1 Gesundheit und Fitness**

Unabhängig davon, ob man Gesundheit als die Abwesenheit von Krankheiten oder als den Zustand vollkommenen physischen, psychischen und sozialen Wohlbefindens definiert, spielt die Gesundheit und Fitness für die meisten Menschen eine sehr bedeutende Rolle. Mehrere Autoren kommen dabei zu dem Ergebnis, dass dieser Motivkomplex vor allem mit steigendem Lebensalter an Wichtigkeit gewinnt. Auch Fitnesskonzepte passen sich dieser Entwicklung an und sind vermehrt auf dem Wunsch nach Gesundheit und Fitness aufgebaut.<sup>44</sup>

### **2.3.2 Ausgleich und Wohlbefinden**

Bei dem Motivkomplex „Ausgleich und Wohlbefinden“ geht es z.B. darum, einen Ausgleich zu seinem stressigen Alltag zu finden. Ein weiteres Beispiel wäre der Fakt, dass immer mehr Menschen ihre berufliche Tätigkeit sitzend ausüben und somit durch sportliche Aktivität einen Ausgleich zu ihrem inaktiven Arbeitsalltag schaffen möchten. Wie

---

<sup>42</sup> Vgl. Enders, 2007, 58

<sup>43</sup> Vgl. Zarotis, 1999, 95-96

<sup>44</sup> Vgl. Köckeis, 2010, 36-39

Untersuchungen gezeigt haben, verbessert sportliche Aktivität außerdem das persönliche Wohlbefinden. Regelmäßiges Sporttreiben kann die Grundstimmung eines Menschen verbessern, wodurch wiederum die Zufriedenheit gesteigert werden kann.<sup>45</sup>

### **2.3.3 Leistung**

Auch das Streben nach Leistung kann motivierend wirken. Dabei spielt immer die Hoffnung auf Erfolg oder die Angst vor Misserfolg eine große Rolle. Im Fitnesssport kann man sich zum einen im Vergleich zu anderen Sportlern messen und seine eigene Leistung mit diesen vergleichen oder man fokussiert sich auf sich selbst und konzentriert sich auf das individuelle Streben nach Leistung. Letzteres hat für aktive Fitnesssportler mehr Bedeutung.<sup>46</sup>

### **2.3.4 Spaß und Freude an der Bewegung**

Der Großteil der Freizeitsportler verbindet sportliche Betätigung mit Spaß. Menschen finden immer mehr Gefallen an der sportlichen Bewegung. Zwar ist Spaß als subjektives Empfinden aufzufassen, jedoch rückt das Spaßmotiv immer mehr in den Mittelpunkt vieler Menschen und sollte deshalb keineswegs vernachlässigt werden.<sup>47</sup>

### **2.3.5 Anschluss und Geselligkeit**

Viele Menschen haben das Kennenlernen neuer Menschen, das Knüpfen von Kontakten oder einfach nur das Treffen von Freunden und Bekannten als Motive, warum sie ins Fitnessstudio gehen. Zwar wird diesem Motivkomplex in der Literatur oftmals eine geringe Wichtigkeit nachgesagt, jedoch vertritt Caroline Köckeis die Meinung, dass diese Aussagen durchaus kritisch zu hinterfragen sind.<sup>48</sup>

### **2.3.6 Aussehen/ Ästhetik**

„Im Bereich des Sports wird Ästhetik zu einem Attribut für einen schönen Körper und für harmonische Bewegungsformen.“ Was einen schönen Körper ausmacht, wird durch

---

<sup>45</sup> Vgl. Köckeis, 2010, 39-42

<sup>46</sup> Vgl. Köckeis, 2010, 42-44

<sup>47</sup> Vgl. Köckeis, 2010, 44-45

<sup>48</sup> Vgl. Köckeis, 2010, 45-46

das aktuelle Schönheitsideal der Gesellschaft vorgegeben. Diese Ideale dienen als Orientierung, wenn es um das Formen des eigenen Körpers geht. Die Körper- und Aussehensaspekte der Sporttreibenden scheinen diesen sehr wichtig zu sein. Ziel ist es, seine Figur zu formen, sein Gewicht zu regulieren und dabei seinen Körper besser kennenzulernen. Durch die Veränderung dieser Aspekte kann das Selbstwertgefühl, das Selbstbewusstsein und das gesamte äußere Erscheinungsbild einer Person positiv beeinflusst werden.<sup>49</sup>

Die eben genannten Motive und Ziele können die Beweggründe dafür sein, warum Menschen ins Fitnessstudio gehen und dort regelmäßig trainieren.

## **2.4 Modelle zur Analyse sportlicher Motive und sportlicher Motivation**

Im weiteren Verlauf wird das Berner Motiv- und Zielinventar ergänzend vorgestellt, das die Analyse der eben genannten Sportmotive erlaubt. Im Anschluss geht der Verfasser detailliert auf die Sport-Motivation-Skala (SMS) ein, mit der sich die tatsächliche sportliche Motivation bestimmen lässt. Diese findet auch Anwendung in der empirischen Untersuchung im zweiten Teil der vorliegenden Arbeit.

### **2.4.1 Berner Motiv- und Zielinventar (BMZI)**

Das Berner Motiv- und Zielinventar ist ein diagnostisches Instrument zur Erfassung einer breiten und ökonomischen Erfassung relevanter Motive im Freizeit- und Gesundheitssport. Es wurde im Jahre 2011 durch die Autoren Katrin Lehnert, Gordon Sudeck und Achim Conzelmann publiziert. Für die Konstruktion des Fragebogens des BMZI dient der motivationstheoretisch fundierte Fragebogen von Gabler als Grundlage. Dieser wurde durch die Formulierung von tätigkeitszentrierten Items und durch die Differenzierung der Bereiche Gesundheit, Erholung und Leistung erweitert. „Die psychometrische Qualität des Inventars wurde in 5 Studien mit insgesamt 852 Erwachsenen explorativ analysiert und abschliessend konfirmatorisch geprüft.“<sup>50</sup>

Auf die Frage „Warum treiben Sie Sport bzw. warum würden Sie Sport treiben?“ folgen für die Probanden 24 Items aus sieben Motivbereichen bzw. Subdimensionen, welche

---

<sup>49</sup> Vgl. Köckeis, 2010, 46-48

<sup>50</sup> Conzelmann/Lehnert/Schmid et al., 2012, 5

diese jeweils auf einer 5-Punkt-Likert-Skala beantworten bzw. bewerten sollen. Diese geht von 1 „trifft nicht zu“ bis 5, was gleichzusetzen ist mit „trifft sehr zu“.

Im nächsten Abschnitt wird nochmals kurz auf die Motive des BMZIs eingegangen, die stark den bereits vorgestellten Motiven zum Fitnesssport ähneln.

Bei dem Motiv Fitness/Gesundheit geht es um Gewichtsregulation und die Verbesserung des körperlichen Erscheinungsbildes. „Bei Aktivierung/Freude ist die Zuwendung zu einer positiv konnotierten Aktivität zentral.“<sup>51</sup> Beide Motive sind deutlich zweckzentriert. Bei dem Motiv Ablenkung/Katharsis geht es um die Ablenkung vom Alltag und dem Abbau von Spannungen. Zentraler Inhalt des Motivs Ästhetik ist das Erleben gelingender Bewegungen während des Sporttreibens, wie z.B. eine perfekt ausgeführte Kniebeuge. Dieser Motivbereich ist somit tätigkeitstzentriert. Das Kontaktmotiv ist in die beiden Subfacetten „Kontakt im Sport“ und „Kontakt durch Sport“ unterteilt. Erstes bezieht sich auf die Interaktion und Kommunikation während des Sporttreibens, während „Kontakt durch Sport“ die Möglichkeit beschreibt, durch den Sport neue Kontakte zu knüpfen oder diese zu pflegen. Beim leistungstzentrierten Motiv Wettkampf/Leistung geht es um den Vergleich mit den Leistungen des sozialen Umfelds oder um den Vergleich mit der eigenen sportlichen Leistung.<sup>52</sup> „Des Weiteren beinhaltet der Motivbereich tätigkeitstzentrierte Erlebnisse, die im Wettkampf selbst bedeutsam sind (,weil ich im Wettkampf aufblühe‘, ,wegen des Nervenkitzels‘).“<sup>53</sup>

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das BMZI ein ökonomisches, reliables und valides Instrument ist, wenn es um das Screening von multidimensionalen Motivprofilen und die Beschreibung von Zielgruppen im Freizeit- und Gesundheitssport geht.<sup>54</sup> Trotz allem findet das BMZI fälschlicherweise Anwendung in mehreren Arbeiten mit Motivation als thematischen Schwerpunkt. Darauf wird im weiteren Verlauf der Arbeit nochmals eingegangen. Ein Instrument, welches das Messen der tatsächlichen Motivation im Sport erlaubt, wird im Folgenden näher beleuchtet.

## 2.4.2 Sport Motivation Scale (SMS)

Die Sport Motivation Scale (SMS) wurde entwickelt, um sowohl die intrinsische, als auch die extrinsische Motivation, sowie die Amotivation im Sport aus einer multidimen-

---

<sup>51</sup> Conzelmann/Lehnert/Schmid et al., 2012, 5

<sup>52</sup> Vgl. Ebenda

<sup>53</sup> Ebenda

<sup>54</sup> Vgl. Conzelmann/Lehnert/Sudeck, [www.hogrefe.com](http://www.hogrefe.com), [Stand 15.05.2017]



sionalen Perspektive zu bewerten. Dabei fokussiert sich die Skala auf das „Warum“ des Verhaltens. Außerdem ist sie die am häufigsten verwendete Methode, wenn es um die Messung von Motivation im Sportbereich geht. Das Instrument wurde bereits bei einer Vielzahl von Athleten unterschiedlichster Altersgruppen in vielen verschiedenen Ländern angewendet. Aus diesem Grund wurde die Sport Motivation Scale in mehrere Sprachen übersetzt und validiert. Seit dem Jahr 1995, in dem die Skala von Blais, Briere, Fortier et al. veröffentlicht wurde, wird sie im Bereich Sportpsychologie intensiv in der Forschung eingesetzt. Insgesamt lässt sich schriftlich festhalten, dass die SMS über hervorragende psychometrische Eigenschaften verfügt.<sup>55</sup> Die interne Konsistenz der sieben Motivationsarten der SMS, beschrieben durch Cronbachs Alpha, zeigt Werte zwischen  $\alpha=0,72$  und  $\alpha=0,84$  auf.<sup>56</sup>

Der Fragebogen der SMS besteht aus 28 Items, die sich in sieben Subdimensionen zusammenfassen lassen. Drei Subdimensionen messen drei Arten intrinsischer Motivation, weitere drei Subdimensionen messen drei Arten der extrinsischen Motivation und zuletzt wird die Amotivation gemessen. Eingeleitet wird der Fragebogen in der deutschen Version mit der Frage „Warum üben Sie ihre Sportart aus?“. Der Proband hat die Möglichkeit, den 28 Items jeweils auf einer 7-Punkt-Likert-Skala mit den Werten von 1 bis 7 Gewichtung zu verleihen. Der Wert 1 steht dabei für „trifft überhaupt nicht zu“, der Wert 7 steht dagegen für „trifft exakt zu“.<sup>57</sup>

Die drei Subdimensionen intrinsischer Motivation sind „intrinsic Motivation to know“, „intrinsic Motivation to accomplish“ und „intrinsic motivation to experience stimulation“. Sinngemäß übersetzt bedeuten diese auf Deutsch „Intrinsische Motivation sich Wissen anzueignen“, „Intrinsische Motivation etwas zu erreichen“ und „Intrinsische Motivation Stimulation zu spüren/erfahren“.

Bei der IM to know geht es darum, dass man eine Aktivität wegen der Freude ausübt, die man verspürt, wenn man etwas Neues erlernt oder wenn man versucht, etwas Neues zu verstehen. Bezogen auf den Sport sind diese Art von motivierten Athleten Personen, die beispielsweise versuchen eine neue Trainingstechnik zu erlernen und dies nur deshalb machen, weil sie große Freude beim Erlernen neuer Dinge empfinden.<sup>58</sup>

---

<sup>55</sup> Vgl. Donahue/Lafrenière/Vallerand, 2012, 283-284

<sup>56</sup> Vgl. Abalde/Baena-Extremera/Gómez-López et al., 2014, 804

<sup>57</sup> Vgl. Deci/Pelletier/Rocchi et al., 2013, 332

<sup>58</sup> Vgl. Blais/Brière/Fortier et al., 1995, 36-37

Die IM to accomplish kommt bei Menschen auf, die beim Erreichen oder beim Schaffen von etwas große Freude verspüren. Ein Beispiel hierfür ist das Erlernen einer schwierigen Trainingstechnik, um dadurch eine innere Zufriedenheit zu erfahren.<sup>59</sup>

Zuletzt ist die IM to experience stimulation zu nennen. Diese Art der Motivation bezieht sich auf Personen, die ihre sportliche Aktivität ausüben, um dadurch stimulierende Gefühle zu verspüren. Dies können z.B. ästhetische Erlebnisse oder einfach nur Aufregung sein, die während dem Sport aufkommt.<sup>60</sup>

Zu den drei extrinsischen Motivationen gehören „external regulation“, zu Deutsch „äußerliche Regulierung“, „introjection“, zu Deutsch „Introjektion“ und „identification“, zu Deutsch „Identifikation“.

Die EM external regulation meint die klassische Form der extrinsischen Motivation, wie sie auch in der Literatur beschrieben wird. Dabei handelt es sich um eine Vielzahl an Verhaltensweisen, die von Personen als Mittel zum Zweck und nicht um ihrer selbst willen ausgeführt werden. Ein Beispiel wäre das Training, das ausgeführt wird, um von einer anderen Person Lob oder Anerkennung zu erhalten.<sup>61</sup>

Unter Introjektion versteht man in der Psychoanalyse die Aufnahme fremder Anschauungen, Motive und Verhaltensweisen ins eigene Ich. Dabei geht es um die Imitation der Verhaltensweisen.<sup>62</sup> In der SMS meint die Motivationsart EM introjection das Verstärken und Hervorrufen von Verhaltensweisen im Sport durch eine innere Belastung, wie etwa Schuld oder Angst. Ein Beispiel hierfür wäre, dass ein Sportler zum Sporttreiben motiviert ist, weil er den innerlichen Druck verspürt, in guter Form sein zu müssen und sich schlecht fühlt, wenn er dies nicht ist. Im Vergleich zu der zuerst genannten, klassischen Motivation, bei der z.B. Motivation durch ausgesprochenes Lob einer Person entsteht, ist bei dieser Art der extrinsischen Motivation keine körperliche Präsenz einer Person vonnöten, um Verhalten beim Sporttreibenden zu initiieren.<sup>63</sup>

Die dritte Art der extrinsischen Motivation ist die EM identification. Dabei wertet eine Person bestimmtes Verhalten anderer als wichtig für die eigene Person und führt dieses aus diesem Grund selbst aus. Die Motivation dafür kommt zwar „von außen“, jedoch ist diese Art der extrinsischen Motivation innerlich reguliert und selbstbestimmt,

---

<sup>59</sup> Vgl. Blais/Brière/Fortier et al., 1995, 37

<sup>60</sup> Vgl. Ebenda

<sup>61</sup> Vgl. Blais/Brière/Fortier et al., 1995, 37-38

<sup>62</sup> Vgl. Stangl, [www.stangl.eu](http://www.stangl.eu), [Stand 15.05.2017]

<sup>63</sup> Vgl. Blais/Brière/Fortier et al., 1995, 38

was eigentlich den Eigenschaften intrinsischer Motivation entspricht. Beispielweise sind Sporttreibende motiviert ins Training zu gehen, weil diese, durch das Verhalten anderer, für sich selbst erkennen, dass der Sport einen positiven Einfluss auf das Wachstum und die Entwicklung ihrer eigenen Persönlichkeit hat.<sup>64</sup>

Die Amotivation ist als siebte und letzte Art der Motivation der SMS zu nennen. Allgemein beschreibt die Amotivation die Abwesenheit von Motivation. Die Person ist weder stark intrinsisch, noch extrinsisch motiviert. Amotivierte Personen sehen keinen Sinn mehr darin, ihren Sport auszuüben. In hoher Ausprägung wird Amotivation zum Beispiel dazu führen, dass die betroffene Person ganz aufhört, Sport zu treiben. Amotivation tritt meist dann auf, wenn Personen keine Übereinstimmung zwischen ihren ausgeführten Handlungen und den daraus resultierenden Ergebnissen erkennen können oder diese vom Sportler als wertlos empfunden werden.<sup>65</sup>

Die Tabelle 4 zeigt den SMS-Fragebogen bzw. die Fragebogenitems der SMS.

<b>Eingangsfrage: Warum üben Sie ihre Sportart aus?</b>	
<b>Subdimensionen/ Motivationsarten</b>	<b>Items (Fragebogen)</b>
<i>IM to know</i>	Weil ich mich beim Entdecken neuer (Trainings-)Techniken gut fühle. Weil ich ein gutes Gefühl verspüre, wenn ich (Trainings-)Techniken erlerne, die ich nie zuvor probiert habe. Weil ich ein gutes Gefühl verspüre, wenn ich neue Leistungs-Strategien entdecke. Wegen des guten Gefühls, mehr über den Sport zu wissen, den ich ausübe.
IM to accomplish	Weil ich ein gutes Gefühl verspüre, wenn ich gewisse schwierige Bewegungen ausführe. Weil ich große Genugtuung verspüre, wenn ich bestimmte schwierige (Trainings-)Techniken meistere. Weil ich ein gutes Gefühl verspüre, wenn ich an der Verbesserung eigener Schwachstellen arbeite. Wegen der Genugtuung, die ich erfahre, wenn ich meine Fähigkeiten perfektioniere.
IM to experience stimulation	Weil ich ein gutes Gefühl während aufregender Erfahrungen verspüre. Weil ich das Gefühl mag, in eine Aktivität komplett vertieft zu sein. Weil ich intensive Gefühle verspüre, wenn ich einen Sport ausübe, den ich mag. Wegen der Aufregung, die ich fühle, wenn ich mich mit einer Aktivität richtig intensiv befasse.
EM identification	Weil es eine gute Möglichkeit ist, um andere Aspekte meiner Persönlichkeit weiterzuentwickeln. Weil es eine gute Möglichkeit ist, viele Dinge zu lernen, die mir auch in anderen Lebensbereichen nützlich sein können. Weil es eine der besten Möglichkeiten ist, Beziehungen mit meinen Freunden

<sup>64</sup> Vgl. Blais/Brière/Fortier et al., 1995, 38

<sup>65</sup> Vgl. Ebenda

	aufrecht zu erhalten. Weil es meiner Meinung nach eine der besten Möglichkeiten ist, Leute zu treffen.
EM introjection	Weil ich mich schlecht fühle, wenn ich mir nicht die Zeit dafür nehme. Weil es absolut notwendig ist Sport zu treiben, wenn man in Form bleiben will. Weil ich Sport treiben muss, um mich wohl zu fühlen. Weil ich regelmäßig Sport treiben muss.
EM external regulation	Wegen des Ansehens, ein/e Athlet/in zu sein. Weil mir dadurch Ansehen von Menschen, die ich kenne, entgegengebracht wird. Um anderen zu zeigen, wie gut ich in meinem Sport bin. Weil die Menschen in meiner Umgebung finden, dass es wichtig ist, fit zu sein.
Amotivation	Früher hatte ich gute Gründe Sport zu treiben, aber heute frage ich mich, ob ich weitermachen soll. Es kommt mir so vor, als wäre ich nicht mehr fähig, in diesem Sport erfolgreich zu sein. Ich glaube nicht mehr wirklich, dass mein Platz im Sport ist. Oft kommt es mir vor, als könnte ich meine selbst gesteckten Ziele nicht erreichen.

Tabelle 4: SMS Fragebogeninhalte<sup>66</sup>

Letztendlich ist die SMS das jährlich am häufigsten zitierte Messinstrument für sportliche Motivation und findet unter anderem auch deshalb Anwendung in der folgenden empirischen Untersuchung im zweiten Teil der vorliegenden Arbeit.<sup>67</sup>

## 2.5 Der Zusammenhang zwischen der Persönlichkeit und den Sportmotiven

In der Studienarbeit „Der Zusammenhang zwischen der sportlichen Motivation und der Persönlichkeit“ untersuchte Johanna Huber 2014 den Zusammenhang von verschiedenen Persönlichkeitsfacetten und Sportmotiven. Auch Sarah Gerweck hat im Rahmen ihrer Bachelorarbeit mit dem Titel „Der Zusammenhang zwischen der sportlichen Motivation und der Persönlichkeit bei jungen Erwachsenen“ Zusammenhänge zwischen der Persönlichkeit und Sportmotiven erforscht. Im Folgenden werden die Ergebnisse der beiden Werke mit einem anschließenden Resümee im Hinblick auf diese Arbeit erläutert.

Bei ihrer Untersuchung verwendete Huber eine Kurzversion des Big Five-Inventars (BFI-K), um damit die drei Persönlichkeitsfacetten Extraversion, Neurotizismus und Gewissenhaftigkeit zu erfassen. Um die Faktoren, die die Motivation bedingen, abzu-

<sup>66</sup> Vgl. Blais/Brière/Fortier et al., 1995, 52-53

<sup>67</sup> Vgl. Campbell/Clancy/Herring, 2017, 2-3

fragen, wurden 40 Items entwickelt, mit Hilfe derer die Motive bestimmt werden sollten. Diese Motive wurden zu den vier Motivkomplexen „Freude/Spass“, „Wettkampf/Leistung“, „Kontakt“ und „Wohlbefinden“ zusammengefasst. Im Hinblick auf die Korrelationen konnten bei der Ergebnisanalyse nicht alle erwarteten Hypothesen bestätigt werden, da die Analyse keine signifikanten Resultate lieferte.<sup>68</sup> Stark signifikante Korrelationen konnten ausschließlich bei der Persönlichkeitsfacette Extraversion mit den Motivkomplexen Freude/Spaß ( $r=0,349$ ,  $p=0,000$ ), Kontakt ( $r=0,502$ ,  $p=0,000$ ) und Wohlbefinden ( $r=0,299$ ,  $p=0,003$ ) nachgewiesen werden.<sup>69</sup> Bei der Persönlichkeitsfacette Neurotizismus und den Motivkomplexen Freude/Spass ( $r=0,214$ ,  $p=0,035$ ), Wettkampf/Leistung ( $r=0,257$ ,  $p=0,011$ ) und Fitness/Gesundheit ( $r=0,203$ ,  $p=0,046$ ) ergaben sich lediglich leicht signifikante, positive Zusammenhänge. Leicht signifikante, jedoch negative Zusammenhänge wies die Facette Gewissenhaftigkeit mit dem Motivkomplex Kontakt ( $r=-0,225$ ,  $p=0,027$ ) auf.<sup>70</sup> Neben den fehlenden Ergebnissen mit hoher Aussagekraft, ist außerdem die Untersuchungsteilnehmeranzahl von 97 Personen relativ klein und lässt auch deshalb nur bedingt wissenschaftliche Schlüsse zu.

Auch Gerweck nutzte die Kurzversion BFI-K als Basis für die Erfassung der drei Persönlichkeitsfacetten Extraversion, Neurotizismus und Gewissenhaftigkeit. Für die Befragung der Probanden hinsichtlich ihrer sportlichen Motive verwendete sie das bereits vorgestellte Berner Motiv- und Zielinventar. Wie bereits erläutert bilden hier 24 Items die Motivbereiche „Fitness/Gesundheit“, „Figur/Aussehen“, „Kontakt“, „Ablenkung/Katharsis“, „Aktivierung/Freude“, „Wettkampf/Leistung“ und „Ästhetik“. Auch sie konnte im Rahmen ihrer Auswertung nur zwei ihrer fünf Hypothesen bestätigen, die sich jedoch ausschließlich auf genderspezifische Unterschiede bezogen. Bei allen Hypothesen, die sich auf den Zusammenhang zwischen der Persönlichkeit und der sportlichen Motivation beziehen, konnten keine statistisch bedeutsamen Korrelationen nachgewiesen werden. Ein sehr kleiner positiver Zusammenhang zwischen der Facette Extraversion und dem Kontakt-Motiv bildet dabei die Ausnahme. Dieser ist jedoch statistisch nicht aussagekräftig und somit nicht von Bedeutung. Gerwecks Untersuchung verfügte über einen verwendbaren Datensatz von insgesamt 138 Probanden.<sup>71</sup>

Diese beiden Untersuchungen werfen die Frage auf, ob vielleicht Zusammenhänge zwischen den Sportmotiven und den beiden hier nicht verwendeten Persönlichkeitsfacetten Offenheit und Verträglichkeit bestehen. Jedoch dementiert Gerweck diese Ver-

---

<sup>68</sup> Vgl. Huber, 2014, 22-24

<sup>69</sup> Vgl. Huber, 2014, 16

<sup>70</sup> Vgl. Huber, 2014, 17

<sup>71</sup> Vgl. Gerweck, 2016, 19-26

mutung mit ihrer Aussage: „Den Facetten Offenheit und Verträglichkeit konnte in vorangehenden Studien kein Einfluss auf die sportliche Motivation zugeschrieben werden, weshalb sie in dieser Arbeit auch nicht mit einbezogen wurden.“<sup>72</sup> Beide Autorinnen verwenden darüber hinaus den Begriff „sportliche Motivation“ in ihren Titeln, untersuchen dagegen nur die Sportmotive.

Die beiden Arbeiten zeigen deutlich, dass zwischen den Persönlichkeitsfacetten der Big Five und den Sportmotiven keine stark signifikanten Korrelationen mit hoher Aussagekraft zu bestimmen sind. Aus diesem Grund wird in der folgenden Untersuchung nicht nochmals versucht, die sportlichen Motive von aktiven Fitnessstudiomitglieder mit Hilfe des BMZI zu ermitteln und mit der Persönlichkeit in Zusammenhang zu bringen. Stattdessen wird mit Hilfe des SMS die tatsächliche sportliche Motivation der Probanden abgefragt und deren Zusammenhang mit allen fünf Persönlichkeitsfacetten der Big Five empirisch untersucht.

## **2.6 Der Zusammenhang zwischen der Persönlichkeit und der Motivation**

In diesem Unterkapitel soll auf Studien eingegangen werden, die den Forschungsstand hinsichtlich der Thematik des Zusammenhangs zwischen der Persönlichkeit und der sportlichen Motivation widerspiegeln.

Ingledeu untersuchte in seiner Studie mit dem Namen „Personality and self-determination of exercise behavior“ unter anderem den Zusammenhang zwischen der Persönlichkeit und den verschiedenen Motivationsformen von körperlich aktiven Personen. Er bezog ausschließlich Teilnehmer in seine Untersuchung mit ein, welche in den letzten sechs Monaten körperlich aktiv waren. So kam er insgesamt auf 182 auswertbare Datensätze. Bei der Persönlichkeitsanalyse orientierte er sich ebenfalls an den Big Five. Hinsichtlich der Selbstregulation bediente er sich an dem „Behavioural Regulation in Exercise Questionnaire“ (BREQ). Dieser Fragebogen arbeitet mit 15 Items die vier Motivationsskalen „external regulation“, „introjected regulation“, „identified regulation“ und „intrinsic regulation“ heraus. Diese sind vergleichbar zu den Motivationsarten der SMS. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen eine positive, signifikante Korrelation zwischen der Facette Extraversion und den Motivationsformen identified regulation ( $r=0,290$ ,  $p<0,010$ ) und intrinsic regulation ( $r=0,370$ ,  $p<0,010$ ).

---

<sup>72</sup> Gerweck, 2016, 25

Neurotizismus korrelierte dagegen mehr mit introjected regulation ( $r=0,200$ ,  $p<0,010$ ) und external regulation ( $r=0,280$ ,  $p<0,010$ ). Zwischen der Facette Gewissenhaftigkeit konnte außerdem ein positiver Zusammenhang mit intrinsic regulation ( $r=0,350$ ,  $p<0,010$ ) gemessen werden. Ein negativer Zusammenhang besteht zwischen den Facetten Gewissenhaftigkeit bzw. Verträglichkeit und der Motivationsform external regulation ( $r=-0,330$ ,  $p<0,010$  bzw.  $r=-0,200$ ,  $p<0,010$ ). Zwischen der Facette Offenheit für Erfahrungen und den Motivationsarten wurden keine signifikanten Korrelationen gefunden.<sup>73</sup> Wie Olivia Söller die Untersuchung Ingledews zusammenfasst, „sind vor allem extravertierte und gewissenhafte Personen intrinsisch motiviert, Sport zu treiben – während neurotische Personen eher extrinsisch motiviert scheinen.“<sup>74</sup>

Söller selbst untersucht in ihrer Bachelorarbeit „Sport, Persönlichkeit und Motivation“ den Zusammenhang zwischen körperlicher Aktivität, Persönlichkeit und motivationaler Selbstregulation. Auch Sie bedient sich im Rahmen ihrer Untersuchung an dem Big Five und dem eben vorgestellten BREQ, um die Persönlichkeit und die motivationale Selbstregulation ihrer 145 Befragten zu analysieren bzw. abzufragen. In gewissen Teilen stimmen die Ergebnisse von Söller mit den Ergebnissen Ingledews überein. Auch Söller kann einen positiven Zusammenhang zwischen der Facette Extraversion und den Motivationen intrinsic regulation ( $r=0,270$ ,  $p<0,010$ ) und identified regulation ( $r=0,200$ ,  $p<0,050$ ) nachweisen. Weitere positive Zusammenhänge zwischen der Facette Gewissenhaftigkeit und intrinsic regulation ( $r=0,200$ ,  $p<0,050$ ) und der Facette Neurotizismus und introjected regulation ( $r=0,280$ ,  $p<0,010$ ) kann Söller bestätigen. Weitere gemessene Zusammenhänge stimmen dagegen nicht mit den Ergebnissen Ingledews überein oder beschreiben sogar das direkte Gegenteil, wie etwa beispielsweise der positive Zusammenhang zwischen der Facette Neurotizismus und der Motivationsform intrinsic regulation ( $r=0,290$ ,  $p<0,010$ ).<sup>75</sup>

Diese Untersuchungen bieten mit ihren Ergebnissen ein Datenkonstrukt, das in der folgenden Untersuchung als gedankliche Stütze dient. Zwar lehnt sich die Interpretation der Untersuchungsergebnisse an die von Ingledew und Söller an, jedoch wird in dieser Arbeit nicht explizit versucht, die Methode und die Ergebnisse von Söller und Ingledew zu replizieren. Stattdessen soll detailliert auf die aktiven Fitnessstudiomitglieder eingegangen werden und diese in Bezug auf ihrer Eigenschaften hinsichtlich ihrer Persönlichkeit und ihrer sportlichen Motivation analysiert werden. Die Hypothesen der Untersuchung werden im nächsten Kapitel erläutert.

---

<sup>73</sup> Vgl. Ingledew/Markland/Sheppard, 2004, 1921-1930

<sup>74</sup> Söller, 2015, 13

<sup>75</sup> Vgl. Söller, 2015, 32-36

## 2.7 Hypothesen

Im Folgenden werden die Hypothesen vorgestellt, die erwarten, dass ein Zusammenhang zwischen den Big Five (Neurotizismus, Offenheit, Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit und Extraversion) und den sieben Motivationsarten der SMS (IM to know, IM to experience stimulation, IM to accomplish, EM introjection, EM identification, EM external regulation und Amotivation) besteht. Außerdem soll die Ausprägung der Amotivation die Methode hinsichtlich der getroffenen Filterung der eGym-Kundendaten argumentativ stützen. Des Weiteren werden die Daten auf genderspezifische Mittelwertunterschiedshypothesen geprüft.

### Zusammenhangshypothesen/ ungerichtete Hypothesen:

H1: Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Persönlichkeitsfacette **Neurotizismus** und den Motivationen 1) IM to know, 2) IM to experience stimulation, 3) IM to accomplish, 4) EM introjection, 5) EM identification, 6) EM external regulation und 7) Amotivation.

H2: Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Persönlichkeitsfacette **Offenheit** und den Motivationen 1) IM to know, 2) IM to experience stimulation, 3) IM to accomplish, 4) EM introjection, 5) EM identification, 6) EM external regulation und 7) Amotivation.

H3: Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Persönlichkeitsfacette **Verträglichkeit** und den Motivationen 1) IM to know, 2) IM to experience stimulation, 3) IM to accomplish, 4) EM introjection, 5) EM identification, 6) EM external regulation und 7) Amotivation.

H4: Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Persönlichkeitsfacette **Gewissenhaftigkeit** und den Motivationen 1) IM to know, 2) IM to experience stimulation, 3) IM to accomplish, 4) EM introjection, 5) EM identification, 6) EM external regulation und 7) Amotivation.

H5: Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Persönlichkeitsfacette **Extraversion** und den Motivationen 1) IM to know, 2) IM to experience stimulation, 3) IM to accomplish, 4) EM introjection, 5) EM identification, 6) EM external regulation und 7) Amotivation.

H6: Es lässt sich ein Einfluss von mindestens einer der fünf Persönlichkeitsfacetten 1) Neurotizismus, 2) Offenheit, 3) Verträglichkeit, 4) Gewissenhaftigkeit und 5) Extraversion auf **IM to know** bestimmen.



H7: Es lässt sich ein Einfluss von mindestens einer der fünf Persönlichkeitsfacetten 1) Neurotizismus, 2) Offenheit, 3) Verträglichkeit, 4) Gewissenhaftigkeit und 5) Extraversion auf **IM to experience stimulation** bestimmen.

H8: Es lässt sich ein Einfluss von mindestens einer der fünf Persönlichkeitsfacetten 1) Neurotizismus, 2) Offenheit, 3) Verträglichkeit, 4) Gewissenhaftigkeit und 5) Extraversion auf **IM to accomplish** bestimmen.

H9: Es lässt sich ein Einfluss von mindestens einer der fünf Persönlichkeitsfacetten 1) Neurotizismus, 2) Offenheit, 3) Verträglichkeit, 4) Gewissenhaftigkeit und 5) Extraversion auf **EM introjection** bestimmen.

H10: Es lässt sich ein Einfluss von mindestens einer der fünf Persönlichkeitsfacetten 1) Neurotizismus, 2) Offenheit, 3) Verträglichkeit, 4) Gewissenhaftigkeit und 5) Extraversion auf **EM identification** bestimmen.

H11: Es lässt sich ein Einfluss von mindestens einer der fünf Persönlichkeitsfacetten 1) Neurotizismus, 2) Offenheit, 3) Verträglichkeit, 4) Gewissenhaftigkeit und 5) Extraversion auf **EM external regulation** bestimmen.

H12: Es lässt sich ein Einfluss von mindestens einer der fünf Persönlichkeitsfacetten 1) Neurotizismus, 2) Offenheit, 3) Verträglichkeit, 4) Gewissenhaftigkeit und 5) Extraversion auf **Amotivation** bestimmen.

#### Zusammenhangshypothesen/ gerichtete Hypothesen:

H13: Es besteht ein negativer Zusammenhang zwischen der **Amotivation** und den Persönlichkeitsfacetten 1) Offenheit, 2) Verträglichkeit, 3) Gewissenhaftigkeit und 4) Extraversion.

H14: Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen der **Amotivation** und der Persönlichkeitsfacette Neurotizismus.

#### Mittelwertunterschiedshypothesen:

H15: Die extrinsischen Motivationen 1) EM introjection, 2) EM identification und 3) EM external regulation weisen bei den **Männern** im Durchschnitt größere Werte auf als bei den **Frauen**.

H16: Die intrinsischen Motivationen 1) IM to know, 2) IM to experience stimulation und 3) IM to accomplish weisen bei den **Frauen** im Durchschnitt größere Werte auf als bei den **Männern**.

### 3 Empirische Untersuchung

Die empirische Untersuchung wird im weiteren Verlauf der Arbeit erläutert. Neben der Methodik werden die Ergebnisse vorgestellt und anschließend diskutiert. Zuvor wird die eGym GmbH vorgestellt, welche den Verfasser während der Erarbeitung der Bachelorarbeit unterstützte.

#### 3.1 eGym GmbH

Aus der Idee heraus, Fitnesstraining zu digitalisieren, wurde 2010 die Firma eGym GmbH von Philipp Roesch-Schlanderer und seinem Partner Florian Sauter gegründet. Seitdem arbeitet diese an ihrer Vision, Fitness bzw. Fitnesstraining so anzubieten, dass es für jeden Menschen funktioniert. In nur sieben Jahren wuchs die Mitarbeiterzahl von zwei auf über dreihundert. Die Zentrale von eGym befindet sich in München, jedoch hat das Unternehmen mittlerweile Büros in München, Berlin, Paris, London, Amsterdam, Madrid und New York.<sup>76</sup> Möglich gemacht wurde dieses schnelle Wachstum unter anderem durch Investoren, wie z.B. HPE Growth Capital, von denen eGym im Jahre 2016 eine Investition in Höhe von 45 Millionen US-Dollar erhielt.<sup>77</sup>

Das Geschäft von eGym ist die Entwicklung, die Fertigung und der Vertrieb von innovativen Software- und Hardwareprodukten für den Fitnessmarkt. Mit ihren Produkten ist die Firma europaweit, sowie in den USA vertreten. Über 1000 Fitnessstudios sind bereits mit den Geräten von eGym ausgestattet. Weitere 1500 Studios nutzen das Softwareangebot von eGym. Ziel von eGym ist es, das Fitnesstraining zu revolutionieren, indem sie das einfache Gerätetraining mit der technischen Komponente vernetzen und dadurch erweitern. Dem Fitnessstudiomitglied werden aktuell 18 Krafttrainingsgeräte geboten, mit denen jede Muskelgruppe effektiv trainiert werden kann. Über die Software bzw. die eGym Fitness App erhalten die Mitglieder stets Feedback und können ihre Daten speichern oder sich mit anderen Mitgliedern über die App vergleichen. Die kostenpflichtige Premium-Erweiterung bietet darüber hinaus weitere Funktionen, wie z.B. mehr Trainingsmöglichkeiten oder genauere Trainingsanalysen. Die Daten werden in der eGym Cloud gespeichert und sind für die Benutzer jederzeit abrufbar. Außerdem bietet die eGym Trainer App für das Fitnessstudiopersonal einen großen Mehrwert, indem sie den Trainer bei der persönlichen Betreuung unterstützt. Sie gibt dem Trainer

---

<sup>76</sup> Vgl. Scherkamp, [www.gruenderszene.de](http://www.gruenderszene.de), [Stand 15.05.2017]

<sup>77</sup> Vgl. eGym GmbH, [career.egym.com](http://career.egym.com), [Stand 15.05.2017]

außerdem die Möglichkeit alle Trainingsdaten seiner Kunden inklusive automatisierter Trainingsanalysen einzusehen, um so einen Überblick über die Kunden deren sportlichen Entwicklung zu erhalten. Mit dem Neukundenprogramm „Studiosuche“ bietet eGym des Weiteren Fitnessstudios die Möglichkeit, neue Mitglieder zu akquirieren. Dies gelingt durch kostenlose Probetrainings, die über die Website bezogen werden können und fitnessinteressierten Personen deutschlandweit die Möglichkeit bieten, interessante Fitnessstudios in der Umgebung unverbindlich kennenzulernen und diese zu testen.<sup>78</sup>

Die Krafttrainingsgeräte von eGym sind motor- und softwaregesteuert. Der in jedem Gerät verbaute Elektromotor erzeugt den Trainingswiderstand, den es vom Benutzer während eines Trainingssatzes zu überwinden gilt. Dabei stellt sich das Gerät, hinsichtlich der Sitzposition, der Trainingsart und dem sportlichen Ziel, individuell auf jeden Nutzer ein. Direktes visuelles Feedback erhält der Benutzer über ein Touchscreendisplay, das sich an jedem Kraftgerät befindet. Darüber hinaus wird dem Trainierenden die Trainingsintensität, die Trainingsdauer, sowie jede konzentrische und exzentrische Bewegung exakt vorgegeben. Außerdem kann der Trainierende an jedem Gerät über das Display seine Einstellungen ändern und damit z.B. das Trainingsgewicht verändern oder sein sportliches Ziel neu definieren.<sup>79</sup>

Darüber hinaus kooperiert das junge Unternehmen mit vielen anderen Fitnessanbietern, z.B. von Fitnesstrackern, Fitness-Apps oder Cardio-Geräten. eGym-Kunden haben die Möglichkeit auch mit den Produkten dieser Anbieter Trainingsdaten zu sammeln, die automatisiert in die Trainingserfassung und Trainingsanalyse von eGym miteinbezogen werden. Zu den großen Kooperationspartnern gehören z.B. Precore, Matrix, Fitbit, Runkeeper, Withings, Garmin und Jawbone UP.<sup>80</sup>

Für eGym soll im Rahmen dieser Arbeit erarbeitet werden, ob es Zusammenhänge zwischen der Persönlichkeit und der sportlichen Motivation von aktiven Fitnessstudiomitgliedern gibt. Auf Basis dieser Erkenntnisse soll die Betreuung der Kunden in Zukunft noch kundenspezifischer ausgerichtet werden.

---

<sup>78</sup> Vgl. Piatscheck, [www.zeit.de](http://www.zeit.de), [Stand 15.05.2017]

<sup>79</sup> Vgl. Ebenda

<sup>80</sup> Vgl. eGym GmbH, [www.egym.de](http://www.egym.de), [Stand 15.05.2017]

## 3.2 Methodik

Im Folgenden wird die Methode der durchgeführten Untersuchung erläutert. Dabei wird auf die Strategie, das Instrument, den Ablauf der Untersuchung, die Datenaufbereitung, die Datenauswertung und auf die im Vorfeld formulierten Hypothesen eingegangen.

### 3.2.1 Strategie

Ziel der Arbeit ist es, den Zusammenhang von sportlicher Motivation und der Persönlichkeit von aktiven Fitnessstudiomitgliedern mittels einer quantitativen Methode zu untersuchen. Um diesen Zusammenhang herzustellen, eignet sich die quantitative Methode der Sozialforschung. Die quantitative Sozialforschung bedient sich strukturierter Methoden der Datenerhebung, aus denen quantitative bzw. numerische Daten gewonnen werden, die wiederum statistischen Methoden der Datenanalyse unterzogen werden.<sup>81</sup> „Als Erhebungsinstrument fungiert ein wissenschaftlicher Fragebogen [...], der von den Befragungspersonen eigenständig bzw. selbstadministriert ausgefüllt wird [...]. Der Fragebogen kann in einer Face-to-Face-Situation, postalisch, per Internet oder mobilem Endgerät zur Verfügung gestellt werden. Die Antworten werden dokumentiert und systematisch analysiert.“<sup>82</sup> Anschließend wird das gesammelte Datenmaterial interpretiert und diskutiert.

### 3.2.2 Erhebungsinstrument

Der Fragebogen bestand aus insgesamt vier Fragenkomplexen und sollte ein konkretes Persönlichkeitsprofil, sowie die Ausprägungen hinsichtlich der Motivationsarten bestimmen. Dabei stützte sich der Fragebogen auf das bereits vorgestellte BFI-S mit insgesamt 15 Items. Hinsichtlich der Motivation fand eine deutsche Version der bewährten SMS Anwendung, die die Ausprägung der jeweiligen sportlichen Motivation des Probanden bestimmen sollte. Die Umfrage startete mit einer Begrüßung des Probanden und einer anschließenden Erläuterung hinsichtlich des Nutzens der Umfrage für eGym und für die eGym-Kunden. Die ersten beiden Fragen waren zwei soziodemographische Fragen und bezogen sich auf das Geschlecht und das Lebensalter. Bei der Wahl des Geschlechts konnte der Proband zwischen männlich und weiblich wählen,

---

<sup>81</sup> Vgl. Bortz/Döring 2016, 15

<sup>82</sup> Bortz/Döring 2016, 398

beim Alter sollte er eine von neun Altersspannen auswählen, die sich über ein Alter von <18 Jahre und >80 Jahre erstreckten. Anschließend folgte die Frage zu den Persönlichkeitsdimensionen mit 15 Items bzw. Antwortmöglichkeiten. Hierbei wurde der Satz "Ich bin jemand, der..." mit 15 Aussagen beantwortet. Diesen 15 Aussagen über die eigene Person konnte der Proband jeweils auf einer 7-Punkt-Likert-Skala von 1 bis 7 zustimmen. Dabei bedeutete 1="stimme gar nicht zu" und 7="stimme voll und ganz zu". Zuletzt wurde die Frage „Warum gehst Du ins Fitnessstudio und treibst dort Sport? Bitte kreuze an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Dich zutreffen“ gestellt, bei der die Probanden wieder den Grad ihrer Zustimmung zu 28 Aussagen, mit der soeben erwähnten 7-Punkt-Likert-Skala, äußern. Die Eingangsfrage der SMS wurde dabei leicht vom original abgeändert und direkt auf den Fitnesssport bezogen (siehe Anhang 1 und 2).

### 3.2.3 Ablauf der Untersuchung

Für die folgende Untersuchung wurde der zuvor vorgestellte Fragebogen auf der Internetseite [www.umfrageonline.com](http://www.umfrageonline.com) aufgesetzt. Für diesen Anbieter entschied man sich, da er zum einen das Erstellen eines übersichtlichen und detailgetreuen Fragebogens ermöglicht und zum anderen die gesammelten Daten sofort analysiert und das Exportieren der Daten als CSV- und PDF-Datei zulässt. Diese Kriterien waren für den Verfasser Grundvoraussetzung und wurden durch das Fragebogentool von [www.umfrageonline.com](http://www.umfrageonline.com) optimal erfüllt. Der fertiggestellte Fragebogen wurde am 02.05.2017 aktiviert und konnte unter dem Internet-Link [www.umfrageonline.com/s/eGymVM](http://www.umfrageonline.com/s/eGymVM) aufgerufen werden. Der Fragebogen war sowohl mit einem Computer, als auch über ein mobiles, internetfähiges Endgerät aufrufbar.

Gemeinsam mit einer Kollegin von eGym wurde eine E-Mail erarbeitet, die am 03.05.2017 um 10:00 Uhr vormittags an die eGym-Kunden versendet wurde. Diese enthielt eine Vorstellung der Thematik und den Internetlink zur Umfrage. Allerdings musste sichergestellt werden, dass der Fragebogen ausschließlich von aktiven Fitnessstudiomitgliedern beantwortet wird. Als Basis für seine Probandenauswahl erhielt der Verfasser Zugang zur Kundendatenbank von eGym. Diese enthält die Kundendaten von über 300.000 Personen. Diese Daten wurden nach den folgenden Kriterien gefiltert, um den Fragebogen ausschließlich an untersuchungsrelevante Kunden senden zu können:

- Account in Deutschland mit deutscher E-Mail-Adresse
- Sprache: deutsch
- Dem Newsletter von eGym zugestimmt mit „Ja“

- in der Zeitspanne zwischen 27.02.2017 – 22.04.2017 mindestens einmal in jeder dieser acht Wochen trainiert

Mit diesen Kriterien konnte gewährleistet werden, dass zwischen dem Fragebogen und den Untersuchungsteilnehmern keine Sprachbarrieren bestehen und die Teilnehmer auch gewillt sind, per Mail von eGym kontaktiert zu werden. Der letzte Punkt definiert den im Titel genannten Begriff „aktive Fitnessstudiommitglieder“. Hier wird von einer sportlichen Regelmäßigkeit von mindestens einer Trainingseinheit pro Woche in einem Zeitraum von acht Wochen ausgegangen. Für die Untersuchung werden aktive Fitnessstudiommitglieder gewählt, da davon ausgegangen wird, dass diese in sportlicher Hinsicht motiviert sind. Außerdem ist vorhandene Motivation eine Grundvoraussetzung, da diese nur dann mit einem anderen Faktor in Verbindung gebracht werden kann, wenn diese auch in einem gewissen Maß vorhanden bzw. messbar ist. Zusammengefasst liefert diese im Vorfeld getroffene Filterung der eGym-Kundendaten ausnahmslos relevante Daten, die in die Auswertung der Ergebnisse einfließen können. Den oben genannten Kriterien entsprachen letztendlich 2791 eGym-Kunden, an die die Mail mit dem Fragebogenlink zur besagten Zeit gesendet wurde.

### 3.2.4 Aufbereitung der Daten

Bevor die Daten ausgewertet werden konnten, mussten die Standardwerte der Rohdaten in Excel umkodiert werden. Diese Umkodierung wurde bei allen negativ gepolten Antwortmöglichkeiten bei dem dritten Fragenkomplex angewendet, welche das Persönlichkeitsprofil der Probanden abfragt (siehe Anhang 1). Außerdem wurden die Werte der fünf Persönlichkeitsdimensionen eines jeden Teilnehmers gebildet, indem jeweils das arithmetische Mittel der jeweiligen drei Items gebildet wurde. Auch die jeweilige Motivationsart wurde bei dem vierten Fragenkomplex bestimmt, indem die jeweils vier Items jeder Motivation mit Hilfe des arithmetischen Mittels zu einem Wert zusammengefasst wurden. Nach dieser Datenaufbereitung waren die Daten bereit für die Weiterverarbeitung und die statistische Auswertung.

### 3.2.5 Auswertung der Daten

Für die Auswertung wurde neben dem Umfragetool [www.umfrageonline.com](http://www.umfrageonline.com) außerdem mit der Statistik Software IBM SPSS Statistics 24 gearbeitet. Mit dieser wurde, neben der Variablenberechnung und der Korrelation nach Spearman-Rho, unter anderem eine Regressionsanalyse durchgeführt. Dabei wird mit dem folgenden Signifikanzniveau gearbeitet:

- $p \leq 0,05 \rightarrow$  signifikant (\*)

- $p \leq 0,01 \rightarrow$  stark signifikant (\*\*)

Die Korrelation nach Spearman-Rho wird in den folgenden Auswertungen durch den r-Wert beschrieben:

- $r > 0 \rightarrow$  positiver Zusammenhang
- $r < 0 \rightarrow$  negativer Zusammenhang
- $r \approx 0 \rightarrow$  kein Zusammenhang

### 3.3 Ergebnisse

Nach der Erläuterung der Methode werden in diesem Kapitel die Ergebnisse vorgestellt, mit der die Forschungsfrage beantwortet werden kann. Zuerst werden im Rahmen der deskriptiven Statistik die Untersuchungsteilnehmer hinsichtlich ihrer Geschlechterverteilung und der Altersgruppenverteilung beschrieben. Im Anschluss werden nach den Ergebnissen der Korrelationsanalyse nach Spearman-Roh die Hypothesen geprüft und auf Basis der Ergebnisse jeweils bestätigt oder abgelehnt. Zuletzt wird die deskriptive Statistik weiter ausgeführt, indem nochmal auf die Amotivation eingegangen wird und die Ergebnisse des durchschnittlichen Motivations- und Persönlichkeitsprofils der Untersuchungsteilnehmer dargestellt und erläutert werden.

#### 3.3.1 Deskriptive Statistik

Insgesamt haben 746 Personen an der Umfrage teilgenommen. Davon haben 672 Personen die Umfrage bis zum Schluss beantwortet. Demzufolge waren die erhobenen Daten von 672 Teilnehmern für den Verfasser auswertbar und von Relevanz für die Datenauswertung. Die Umfrage war insgesamt sechs Tage aktiv geschaltet (02.05.2017 bis 07.05.2017). Unter den Teilnehmern waren 326 Frauen (49% der Teilnehmeranzahl) und 346 Männer (51% der Teilnehmeranzahl).

Ein Großteil der Untersuchungsteilnehmer befindet sich im Alter zwischen 41 und 70 Jahren. Summiert machen diese einen prozentualen Anteil von über 78% der Gesamtstichprobe aus. Dies wird in Abbildung 2 ersichtlich.

## Altersgruppenverteilung in Prozent

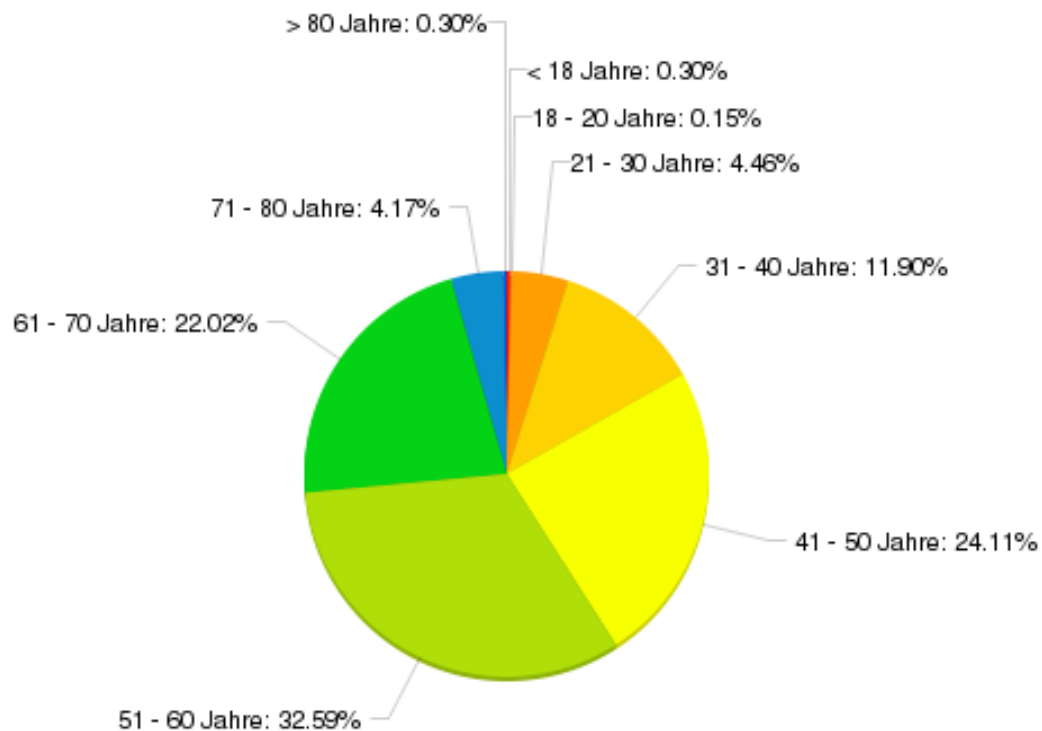


Abbildung 2: Altersgruppenverteilung der 672 Probanden<sup>83</sup>

Zwei der 672 Teilnehmer sind unter 18 Jahre alt, ein Teilnehmer ist zwischen 18 und 20 Jahren alt, 30 Teilnehmer sind zwischen 21 und 30 Jahren alt, 80 Teilnehmer sind zwischen 31 und 40 Jahren alt, 162 Teilnehmer sind zwischen 41 und 50 Jahren alt, 219 Teilnehmer sind zwischen 51 und 60 Jahren alt, 148 Teilnehmer sind zwischen 61 und 70 Jahren alt, 28 Teilnehmer sind zwischen 71 und 80 Jahren alt und nur zwei Teilnehmer sind über 80 Jahre alt.

### 3.3.2 Ergebnisse der Korrelationsanalyse

Die Tabelle 5 veranschaulicht die Korrelationskoeffizienten der fünf Persönlichkeitsfacetten 1) Neurotizismus, 2) Offenheit, 3) Verträglichkeit, 4) Gewissenhaftigkeit und 5) Extraversion mit den sieben Motivationsarten 1) IM to know, 2) IM to accomplish 3) IM

<sup>83</sup> Darstellung durch [www.umfrageonline.com](http://www.umfrageonline.com)



to experience stimulation 4) EM introjection, 5) EM identification, 6) EM external regulation und 7) Amotivation.

### Korrelationen

N=672, Signifikanzniveau \*\*= $p \leq 0,01$  und \*= $p \leq 0,05$

	Neurotizismus	Offenheit	Extraversion	Gewissenhaftigkeit	Verträglichkeit
IM to know	,024	,202**	,187**	,285**	,181**
IM to accomplish	,029	,179**	,161**	,285**	,153**
IM to experience stimulation	,023	,201**	,169**	,228**	,079*
EM identification	,055	,168**	,118**	,076*	,017
EM introjection	,067	,108**	,043	,169**	,121**
EM external regulation	,075	,030	,028	-,043	-,059
Amotivation	,281**	-,071	-,158**	-,250**	-,209**

Tabelle 5: Korrelationskoeffizienten (nach Spearman-Rho) mit den Big Five und den sieben Motivationen als Variablen

Zwischen der Facette Neurotizismus und den intrinsischen und extrinsischen Motivationen 1) IM to know ( $p=0,532$ ), 2) IM to experience stimulation ( $p=0,552$ ), 3) IM to accomplish ( $p=0,454$ ), 4) EM introjection ( $p=0,084$ ), 5) EM identification ( $p=0,153$ ) und 6) EM external regulation ( $p=0,052$ ) besteht kein signifikanter Zusammenhang. Lediglich zwischen der Facette und der Amotivation kann ein stark signifikanter, positiver Zusammenhang ( $r=0,281$ ,  $p=0,000$ ) festgestellt werden.

Die Persönlichkeitsfacette Offenheit korreliert, mit stark signifikanten Werten, mit allen drei intrinsischen Motivationen 1) IM to know ( $r=0,202$ ,  $p=0,000$ ), 2) IM to accomplish ( $r=0,179$ ,  $p=0,000$ ) und 3) IM to experience stimulation ( $r=0,201$ ,  $p=0,000$ ) und den extrinsischen Motivationen 4) EM introjection ( $r=0,108$ ,  $p=0,005$ ) und 5) EM identification ( $r=0,168$ ,  $p=0,000$ ). Zwischen der Facette und den Motivationen EM external regulation ( $p=0,440$ ) und Amotivation ( $p=0,068$ ) bestehen keine signifikanten Zusammenhänge.

Auch zwischen Extraversion und den intrinsischen Motivationen 1) IM to know ( $r=0,187$ ,  $p=0,000$ ), 2) IM to accomplish ( $r=0,161$ ,  $p=0,000$ ) und 3) IM to experience stimulation ( $r=0,169$ ,  $p=0,000$ ) kann jeweils ein stark signifikanter, positiver Zusammenhang festgestellt werden. Außerdem korreliert Offenheit positiv mit der extrinsischen Motivation 4) EM identification ( $r=0,118$ ,  $p=0,002$ ) und negativ mit der 5) Amotivation ( $r=0,-158$ ,  $p=0,000$ ). Zwischen der Facette und den beiden extrinsischen Motivationen 6) EM introjection ( $p=0,261$ ) und 7) EM external regulation ( $p=0,461$ ) bestehen keine signifikanten Zusammenhänge.

Die Persönlichkeitsfacette Gewissenhaftigkeit korreliert mit allen Motivationsarten, außer mit der extrinsischen Motivation EM external regulation ( $p=0,262$ ). Zwischen der

Facette und den Motivationen 1) IM to know ( $r=0,285$ ,  $p=0,000$ ), 2) IM to accomplish ( $r=0,285$ ,  $p=0,000$ ), 3) IM to experience stimulation ( $r=0,228$ ,  $p=0,000$ ), 4) EM introjection ( $r=0,169$ ,  $p=0,000$ ) und 5) EM identification ( $r=0,076$ ,  $p=0,050$ ) besteht jeweils ein signifikanter bzw. stark signifikanter, positiver Zusammenhang. Mit der Amotivation kann wiederholt ein stark signifikanter, negativer Zusammenhang ( $r=-0,250$ ,  $p=0,000$ ) festgestellt werden.

Zuletzt wird auf die Facette Verträglichkeit eingegangen. Stark signifikante Zusammenhänge weist diese mit den Motivationen 1) IM to know ( $r=0,181$ ,  $p=0,000$ ), 2) IM to accomplish ( $r=0,153$ ,  $p=0,000$ ) und 3) EM introjection ( $r=0,121$ ,  $p=0,002$ ) auf. Ein signifikanter, leichter, positiver Zusammenhang besteht außerdem mit der dritten intrinsischen Motivation IM to experience stimulation ( $r=0,079$ ,  $p=0,040$ ). Zwischen der Facette Verträglichkeit und der 5) Amotivation besteht wieder ein stark signifikanter, negativer Zusammenhang ( $r=-0,209$ ,  $p=0,000$ ). Mit den extrinsischen Motivationen EM identification ( $p=0,659$ ) und EM external regulation ( $p=0,126$ ) korreliert die Facette nicht.

### 3.3.3 Überprüfung der Hypothesen

Prüfung der Hypothesen H1 – H5: Der Zusammenhang zwischen der jeweiligen Persönlichkeitsfacette und den Motivationen 1) IM to know, 2) IM to experience stimulation, 3) IM to accomplish, 4) EM introjection, 5) EM identification, 6) EM external regulation und 7) Amotivation.

Bei der Zusammenhangshypothese H1 gibt es bei der Korrelationsanalyse nach Spearman-Rho einen schwachen bis mittleren, positiven und stark signifikanten Zusammenhang zwischen der Persönlichkeitsfacette Neurotizismus und der Amotivation ( $r=0,281$ ,  $p=0,000$ ). Weitere Korrelationen werden nicht festgestellt. Die Hypothese kann nur zum Teil bestätigt werden und wird somit abgelehnt.

Auch die Zusammenhangshypothese H2 muss abgelehnt werden. Jedoch besteht zwischen der Facette Offenheit und den Motivationen 1) IM to know ( $r=0,202$ ,  $p=0,000$ ), 2) IM to experience stimulation ( $r=0,201$ ,  $p=0,000$ ), 3) IM to accomplish ( $r=0,179$ ,  $p=0,000$ ), 4) EM introjection ( $r=0,108$ ,  $p=0,005$ ) und 5) EM identification ( $r=0,168$ ,  $p=0,000$ ) jeweils ein geringer, stark signifikanter Zusammenhang.

Bei der Prüfung der Hypothese H3 sind unzureichende Zusammenhänge vorhanden, weshalb die Hypothese ebenfalls abgelehnt wird. Trotzdem kann zwischen der Facette Verträglichkeit und den Motivationen 1) IM to know ( $r=0,181$ ,  $p=0,000$ ), 2) IM to experience stimulation ( $r=0,079$ ,  $p=0,040$ ), 3) IM to accomplish ( $r=0,153$ ,  $p=0,000$ ) und 4) EM introjection ( $r=0,121$ ,  $p=0,002$ ) nach Spearman-Rho ein leicht bis stark signifikanter,

sehr geringer, positiver Zusammenhang nachgewiesen werden. Zwischen der Facette und der Amotivation besteht außerdem ein negativer, stark signifikanter Zusammenhang ( $r=-0,209$ ,  $p=0,000$ ).

Mit Fokus auf die Zusammenhangshypothese H4 besteht ein schwacher bis mittlerer, positiver Zusammenhang zwischen der Persönlichkeitsfacette Gewissenhaftigkeit und den intrinsischen Motivationen 1) IM to know ( $r=0,285$ ,  $p=0,000$ ), 2) IM to accomplish ( $r=0,285$ ,  $p=0,000$ ) und 3) IM to experience stimulation ( $r=0,228$ ,  $p=0,000$ ). Ein stark signifikanter, geringer, positiver Zusammenhang ist außerdem bei der Motivation EM introjection ( $r=0,169$ ,  $p=0,000$ ) nachweisbar, ein signifikanter, aber sehr schwacher Zusammenhang außerdem bei der Motivation EM identification ( $r=0,076$ ,  $p=0,050$ ). Wieder weist die Facette einen stark signifikanten, negativen Zusammenhang mit der Amotivation ( $r=-0,250$ ,  $p=0,000$ ) auf. Da jedoch nicht alle Motivationen mit der Persönlichkeitsfacette Gewissenhaftigkeit korrelieren, wird die Hypothese abgelehnt.

Auch bei Hypothese H5 reichen die Zusammenhänge nicht aus, weshalb die Hypothese abgelehnt werden muss. Trotzdem kann ein stark signifikanter, positiver, geringer Zusammenhang zwischen der Facette Extraversion und den Motivationen 1) IM to know ( $r=0,187$ ,  $p=0,000$ ), 2) IM to experience stimulation ( $r=0,169$ ,  $p=0,000$ ), 3) IM to accomplish ( $r=0,161$ ,  $p=0,000$ ) und 4) EM identification ( $r=0,118$ ,  $p=0,002$ ) nachgewiesen werden. Zwischen der Facette und der Amotivation ( $r=-0,158$ ,  $p=0,000$ ) besteht außerdem ein sehr geringer, stark signifikanter, negativer Zusammenhang.

Prüfung der Hypothesen H6 – H12: Es lässt sich ein Einfluss von mindestens einer der fünf Persönlichkeitsfacetten 1) Neurotizismus, 2) Offenheit, 3) Verträglichkeit, 4) Gewissenhaftigkeit und 5) Extraversion auf die jeweilige Motivationsart bestimmen. Dabei wird die Motivationsart als abhängige Variable durch die Big Five als unabhängige Variablen in Form der folgenden linearen Gleichung beschrieben:

---


$$y_i = \beta_0 + \beta_i \cdot x_i + e_i$$


---

Die Hypothese H6 kann bestätigt werden. Die Persönlichkeitsfacetten 1) Offenheit, 2) Verträglichkeit und 3) Gewissenhaftigkeit haben Einfluss auf die Motivation IM to know. Die lineare Gleichung zur Beschreibung der Motivation IM to know lautet (siehe Tabelle 6):

$$IM\ to\ know = 1,367 + 0,151 \cdot x_{Offenheit} + 0,104 \cdot x_{Extraversion} + 0,337 \\ \cdot x_{Gewissenhaftigkeit}$$

**Koeffizienten<sup>a</sup>**

Modell	Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	Sig.
	Regressionskoeffizient B	Standard Fehler	Beta	
(Konstante)	1,367	,359		,000
Offenheit	,151	,047	,126	,001
Extraversion	,104	,047	,088	,027
Gewissenhaftigkeit	,337	,056	,228	,000

Tabelle 6: Koeffizienten aus der Regressionsanalyse mit der abhängigen Variable a) IM to know

Auch bei der Motivation IM to accomplish weisen die drei Persönlichkeitsfacetten 1) Offenheit, 2) Extraversion und 3) Gewissenhaftigkeit signifikante Werte auf. Somit kann die Hypothese H7 bestätigt werden. Die Motivationsgleichung lautet (siehe Tabelle 7):

$$\begin{aligned}
 IM \text{ to accomplish} = & 1,910 + 0,104 \cdot x_{\text{Offenheit}} + 0,084 \cdot x_{\text{Extraversion}} \\
 & + 0,329 \cdot x_{\text{Gewissenhaftigkeit}}
 \end{aligned}$$

**Koeffizienten<sup>b</sup>**

Modell	Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	Sig.
	Regressionskoeffizient B	Standard Fehler	Beta	
(Konstante)	1,910	,319		,000
Offenheit	,104	,042	,098	,013
Extraversion	,084	,042	,080	,045
Gewissenhaftigkeit	,329	,050	,251	,000

Tabelle 7: Koeffizienten aus der Regressionsanalyse mit der abhängigen Variable b) IM to accomplish

Auf die dritte intrinsische Motivation IM to experience stimulation haben verschiedene Kombinationen aus jeweils zwei der drei Persönlichkeitsfacetten 1) Offenheit, 2) Verträglichkeit und 3) Gewissenhaftigkeit Einfluss. Die Hypothese H8 kann demnach bestätigt werden. In Tabelle 8 werden die Daten des am stärksten signifikanten Konstrukts, bestehend aus den unabhängigen Variablen Offenheit und Gewissenhaftigkeit, dargestellt. Die verschiedenen Gleichungskombinationen lauten:

$$IM \text{ to experience stimulation} = 1,543 + 0,202 \cdot x_{\text{Offenheit}} + 0,293 \cdot x_{\text{Gewissenhaftigkeit}}$$

$$IM \text{ to experience stimulation} = 1,725 + 0,146 \cdot x_{\text{Extraversion}} + 0,302 \cdot x_{\text{Gewissenhaftigkeit}}$$

$$IM \text{ to experience stimulation} = 2,600 + 0,203 \cdot x_{\text{Offenheit}} + 0,129 \cdot x_{\text{Extraversion}}$$

**Koeffizienten<sup>c</sup>**

Modell	Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	Sig.
	Regressionskoeffizient B	Standard Fehler	Beta	
(Konstante)	1,543	,347		,000
Offenheit	,202	,045	,169	,000
Gewissenhaftigkeit	,293	,056	,199	,000

Tabelle 8: Koeffizienten aus der Regressionsanalyse mit der abhängigen Variable c) IM to experience stimulation

Des Weiteren lässt sich ein Einfluss von jeweils einer der drei Facetten 1) Offenheit, 2) Gewissenhaftigkeit oder 3) Extraversion auf die extrinsische Motivation EM identification nachweisen. Die Hypothese H9 kann demnach zwar bestätigt werden, jedoch kann man hierbei nicht von einer hohen Aussagekraft bzw. einem hohen Einfluss ausgehen, da die Motivation hier nur auf der Basis einer unabhängigen Variable bestimmt wird. Darauf wird in der anschließenden Interpretation weiter eingegangen. Die Facette Offenheit weist die höchste Signifikanz auf, weshalb diese in Tabelle 9 als Beispiel veranschaulicht wird. Die Gleichungen für die Motivation EM identification lauten:

$$EM\ identification = 2,199 + 0,214 \cdot x_{Offenheit}$$

$$EM\ identification = 2,535 + 0,113 \cdot x_{Gewissenhaftigkeit}$$

$$EM\ identification = 2,516 + 0,140 \cdot x_{Extraversion}$$

**Koeffizienten<sup>d</sup>**

Modell	Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	Sig.
	Regressionskoeffizient B	Standard Fehler	Beta	
(Konstante)	2,199	,198		,000
Offenheit	,214	,042	,194	,000

Tabelle 9: Koeffizienten aus der Regressionsanalyse mit der abhängigen Variable d) EM identification

Die Persönlichkeitsfacette Neurotizismus, Gewissenhaftigkeit und Verträglichkeit weisen signifikante Werte auf, wenn es um den Einfluss der Big Five auf die Motivation EM introjection geht. Die Hypothese H10 kann bestätigt werden. Die Gleichung lautet (siehe Tabelle 10):

$$EM\ introjection = 3,454 + 0,091 \cdot x_{Neurotizismus} + 0,174 \cdot x_{Gewissenhaftigkeit}$$

$$+ 0,117 \cdot x_{Verträglichkeit}$$

**Koeffizienten<sup>e</sup>**

Modell	Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	Sig.
	Regressionskoeffizient B	Standard Fehler	Beta	
(Konstante)	3,454	,352		,000
Neurotizismus	,091	,035	,102	,009
Gewissenhaftigkeit	,174	,047	,148	,000
Verträglichkeit	,117	,046	,104	,011

Tabelle 10: Koeffizienten aus der Regressionsanalyse mit der abhängigen Variable e) EM introjection

Die Hypothese H11 muss abgelehnt werden. Es kann kein Einfluss von mindestens einer der fünf Persönlichkeitsfacetten 1) Neurotizismus, 2) Offenheit, 3) Verträglichkeit, 4) Gewissenhaftigkeit und 5) Extraversion auf die extrinsische Motivation EM external regulation bestimmt werden. Bei der Auswertung konnte kein signifikantes Ergebnis festgestellt werden (siehe Tabelle 11).

**Koeffizienten<sup>f</sup>**

Modell	Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	Sig.
	Regressionskoeffizient B	Standard Fehler	Beta	
(Konstante)	2,512	,431		,000
Neurotizismus	,063	,040	,063	,113
Offenheit	,071	,044	,067	,108
Extraversion	,028	,044	,026	,533
Gewissenhaftigkeit	-,092	,054	-,071	,089
Verträglichkeit	-,051	,053	-,040	,336

Tabelle 11: Koeffizienten aus der Regressionsanalyse mit der abhängigen Variable f) EM external regulation

Die Hypothese H12 kann bestätigt werden. Die Amotivation kann durch jede Zweierkombination aus den drei Persönlichkeitsfacetten 1) Neurotizismus, 2) Verträglichkeit und 3) Gewissenhaftigkeit beschrieben werden. Die Facettenkombinationen, die einen Einfluss auf die Amotivation haben, sind:

- Verträglichkeit und Extraversion
- Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit
- Verträglichkeit und Neurotizismus
- Neurotizismus und Extraversion
- Neurotizismus und Gewissenhaftigkeit
- Gewissenhaftigkeit und Extraversion

Diese Kombinationen der Persönlichkeitsfacetten weisen stark signifikante Werte auf, wenn es um die Berechnung der Amotivation geht. Am genauesten lässt sie sich jedoch durch Neurotizismus und Gewissenhaftigkeit beschreiben. Diese beiden Facetten weisen die größten Korrelationswerte und die stärksten Signifikanzwerte mit der Amotivation auf (siehe Tabelle 5 und Tabelle 12). Die Formel dafür lautet:

$$Amotivation = 2,607 + 0,200 \cdot x_{Neurotizismus} + (-0,226 \cdot x_{Gewissenhaftigkeit})$$

### Koeffizienten<sup>9</sup>

Modell	Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	Sig.
	Regressionskoeffizient B	Standard Fehler	Beta	
(Konstante)	2,607	,243		,000
Neurotizismus	,200	,028	,258	,000
Gewissenhaftigkeit	-,226	,037	-,222	,000

Tabelle 12: Koeffizienten aus der Regressionsanalyse mit der abhängigen Variable g) Amotivation

Prüfung der Hypothesen H13 und H14: Es besteht ein negativer Zusammenhang zwischen der Amotivation und den Persönlichkeitsfacetten 1) Offenheit, 2) Verträglichkeit, 3) Gewissenhaftigkeit und 4) Extraversion und ein positiver Zusammenhang zwischen der Amotivation und der Persönlichkeitsfacette Neurotizismus.

Wie Tabelle 5 bereits gezeigt hat, besteht zwischen der Amotivation und den Persönlichkeitsmerkmalen 1) Offenheit ( $r=-0,071$ ,  $p=0,068$ ) 2) Verträglichkeit ( $r=-0,209$ ,  $p=0,000$ ), 3) Gewissenhaftigkeit ( $r=-0,250$ ,  $p=0,000$ ) und 4) Extraversion ( $r=-0,158$ ,  $p=0,000$ ) ein negativer Zusammenhang. Da der p-Wert der Facette Offenheit über  $p=0,050$  liegt, ist dieses Ergebnis nicht signifikant. Aus diesem Grund muss die Hypothese H13 abgelehnt werden.

Die Hypothese H14 kann dagegen bestätigt werden. Zwischen der Persönlichkeitsfacette Neurotizismus und der Amotivation ( $r=0,281$ ,  $p=0,000$ ) liegt ein signifikanter, positiver Zusammenhang vor (siehe Tabelle 5).

Prüfung der Hypothesen H15 – H16: Es bestehen genderspezifische Unterschiede zwischen Männern und Frauen hinsichtlich der extrinsischen und intrinsischen Motivationen.

Die Hypothesen H15 und H16 müssen abgelehnt werden. Wie in Tabelle 13 ersichtlich weisen zwar die Frauen (Frauen=0) in den Motivationen IM to know ( $\bar{x}=4,6166$ ) und IM to accomplish ( $\bar{x}=4,7400$ ) einen größeren Mittelwert auf, als die Männer ( $\bar{x}_{Im\ to\ know}=4,3425$ ,  $\bar{x}_{Im\ to\ accomplish}=4,5860$ ), jedoch erreichen die Männer (Männer=1) im Durchschnitt einen größeren Wert bei der Motivation IM to experience stimu-

lation. Auch bei den extrinsischen Motivationen liegen die Mittelwerte der Männer (Männer=1) nicht ausschließlich über den Werten der Frauen. Mit einem Mittelwert von  $\bar{x}=5,5115$  in der Motivation EM introjection überschreitet dieser den Mittelwert der Männer ( $\bar{x}_{EM\ introjection}=5,3316$ ). Damit kann weder die Hypothese H16, noch die Hypothese H17 bestätigt werden.

		Statistiken						
		N <sub>0</sub> = 326, N <sub>1</sub> =346						
	Geschlecht	IM to know	IM to accomplish	IM to experience stimulation	EM identification	EM introjection	EM external regulation	Amotivation
Mittelwert	0=weiblich	4,6166	4,7400	4,1035	3,0821	5,5115	2,1143	1,9762
	1=männlich	4,3425	4,5860	4,1777	3,2717	5,3316	2,6481	2,0983

Tabelle 13: Geschlechterspezifisches Arithmetisches Mittel der sieben Motivationsarten

### 3.3.4 Weitere Ergebnisse

In diesem Unterkapitel wird auf die Ausprägung der Amotivation und das durchschnittliche Profil aller Teilnehmer hinsichtlich ihrer sportlichen Motivation und ihrer Persönlichkeit eingegangen.

#### Die Ausprägung der Amotivation:

Wie Tabelle 13 veranschaulicht, ist der Mittelwert der Amotivation mit  $\bar{x}=2,0391$  unter allen sieben Motivationen der am schwächsten ausgeprägte Mittelwert.

		Statistiken						
		N= 672						
		IM to know	IM to accomplish	IM to experience stimulation	EM identification	EM introjection	EM external regulation	Amotivation
Mittelwert		4,4754	4,6607	4,1417	3,1797	5,4189	2,3891	2,0391
Median		4,5000	4,7500	4,2500	3,1250	5,5000	2,2500	1,7500
Standard Abweichung		1,3968	1,2400	1,3914	1,2894	1,1068	1,2407	,9622

Tabelle 14: Arithmetisches Mittel der sieben Motivationsarten aller 672 Probanden

#### Das durchschnittliche Persönlichkeitsprofil:

Bei dem durchschnittlichen Persönlichkeitsprofil wurden von allen 672 Teilnehmern die Mittelwerte aller fünf Persönlichkeitsfacetten gebildet und in dem folgenden Diagramm veranschaulicht (siehe Abbildung 4). Das Diagramm zeigt die Mittelwerte der Facetten 1) Neurotizismus, 2) Offenheit, 3) Verträglichkeit, 4) Gewissenhaftigkeit und 5) Extraversion.



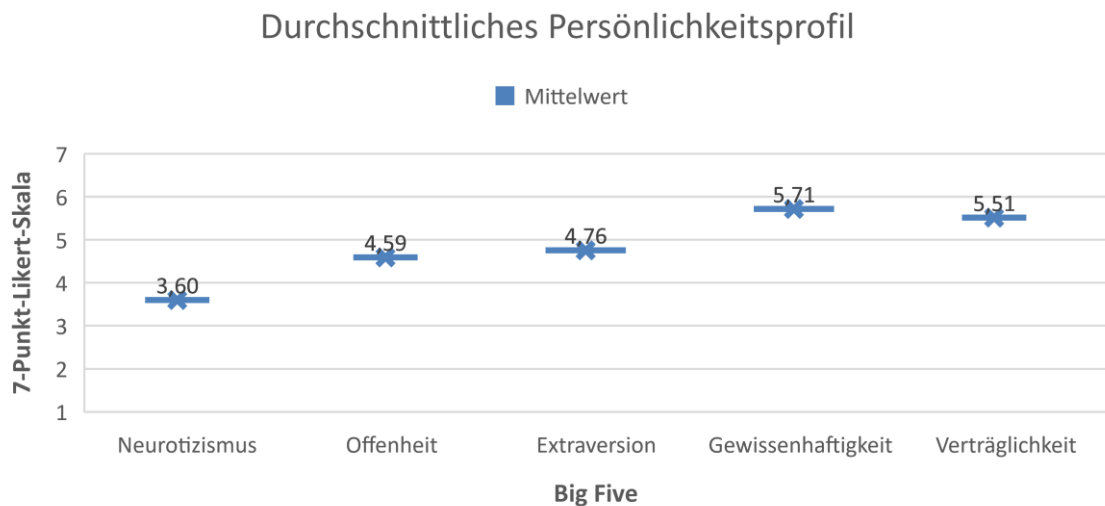


Abbildung 3: Durchschnittliches Persönlichkeitsprofil, Arithmetische Mittel der Big Five

Im Durchschnitt weisen alle Teilnehmer einen Neurotizismus-Wert von  $\bar{x}=3,60$  auf. Der Offenheit-Wert liegt bei  $\bar{x}=4,59$ . Noch höher liegt der Wert der Persönlichkeitsfacette Extraversion mit  $\bar{x}=4,76$ . Der Gewissenhaftigkeit-Wert ist unter allen Facetten mit  $\bar{x}=5,71$  am höchsten ausgeprägt. Die fünfte Facette Verträglichkeit hat einen hohen Durchschnittswert von  $\bar{x}=5,51$ .

Die Abbildung 5 zeigt die durchschnittlichen Mittelwerte der sieben sportlichen Motivationen 1) IM to know, 2) IM to experience stimulation, 3) IM to accomplish, 4) EM introjection, 5) EM identification, 6) EM external regulation und 7) Amotivation im Überblick.

Das durchschnittliche Motivationsprofil:

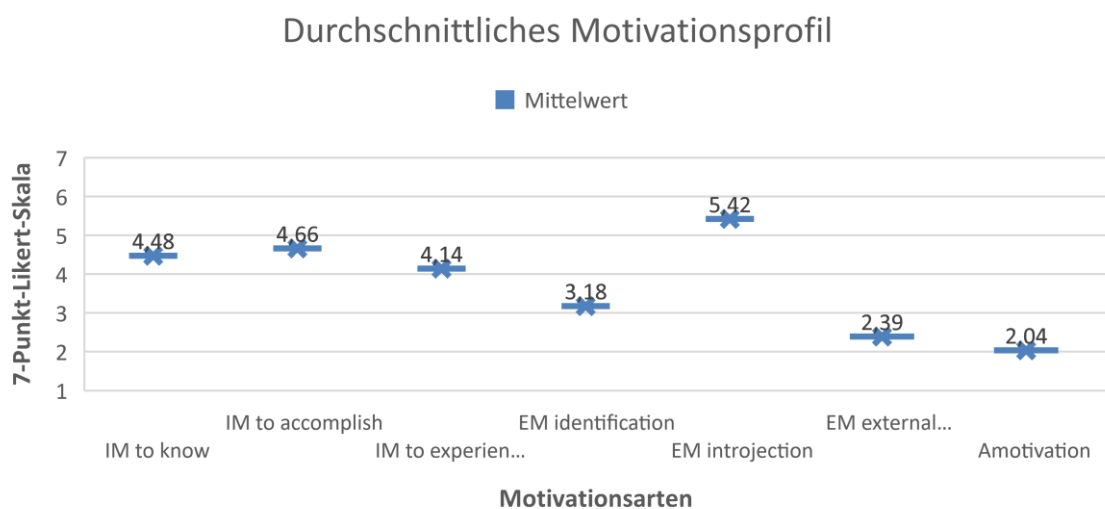


Abbildung 4: Durchschnittliches Motivationsprofil, Arithmetische Mittel der sieben Motivationsarten aller 762 Probanden

Auffällig ist sofort, dass die intrinsischen Motivationen ähnlich stark und hoch ausgeprägt sind. Die Motivation IM to know weist einen durchschnittlichen Mittelwert von  $\bar{x}=4,48$ , die Motivation IM to accomplish einen Wert von  $\bar{x}=4,66$  und die Motivation IM to experience stimulation einen Mittelwert von  $\bar{x}=4,14$  auf. Die extrinsischen Motivationen sind dagegen unterschiedlicher ausgeprägt. Die Motivation EM identification hat einen durchschnittlichen Mittelwert von  $\bar{x}=3,18$ , die Motivation EM introjection weist einen Wert von  $\bar{x}=5,42$  auf und die dritte extrinsische Motivation EM external regulation hat einen Wert von  $\bar{x}=2,39$ . Wie bereits erwähnt, ist die Amotivation mit einem Wert von  $\bar{x}=2,04$  am schwächsten ausgeprägt.

## 3.4 Diskussion

In diesem Kapitel werden die zuvor präsentierten Ergebnisse diskutiert. Zum einen werden diese interpretiert, zum anderen sollen Schwachstellen und Limitationen der Untersuchung herausgearbeitet und erläutert werden. Im Anschluss daran wird auf Basis dieser Informationen ein Forschungsausblick gegeben und ein Fazit gezogen.

### 3.4.1 Interpretation

In diesem Kapitel werden die Zusammenhangshypothesen interpretiert und mögliche Kausalzusammenhänge erläutert. Die Persönlichkeitsfacetten werden im Rahmen der Regressionsanalysen auch in der Interpretation als unabhängige Variablen betrachtet, während die Motivation bzw. die Motivationsarten die abhängigen Variablen darstellen.

#### Diskussion zum durchschnittlichen Motivations- und Persönlichkeitsprofil und der Amotivation

Die im Kapitel 3.2.3 beschriebenen Ergebnisse geben Aufschluss über das durchschnittliche Motivations- und Persönlichkeitsprofil der aktiven Fitnessstudiomitglieder bzw. eGym-Kunden, die in einem Zeitraum von acht Wochen mindestens einmal jede Woche ein Training absolviert haben.

Beim Persönlichkeitsprofil fällt in Abbildung 4 sofort auf, dass die Teilnehmer einen hohen Wert in der Facette Gewissenhaftigkeit erkennen lassen. erinnert man sich zurück an die Tabelle 1 bzw. Tabelle 2, so lässt sich sagen, dass die Teilnehmer in Summe über ein hohes Maß an Kompetenz, Ordnungsliebe, Pflichtbewusstsein, Leistungsstreben, Selbstdisziplin und Besonnenheit verfügen. Darüber hinaus sind die eGym-Kunden sehr verträglich. Dieser hohe Wert in der Facette Verträglichkeit impliziert die Eigenschaften Vertrauen, Freimütigkeit, Altruismus, Entgegenkommen, Bescheidenheit und Gutherzigkeit. Des Weiteren sind die Teilnehmer deutlich extrovertiert

und nicht introvertiert. Dies lässt sich an dem erhöhten Wert in Extraversion erkennen. Diese Facette steht für die Persönlichkeitseigenschaften Herzlichkeit, Geselligkeit, Durchsetzungsvermögen, Aktivität, Erlebnishunger und Frohsinn. Alle diese Eigenschaften sind im Durchschnitt bei den Teilnehmern erhöht ausgeprägt. Den zweitniedrigsten Mittelwert mit 4,59 weist die Facette Offenheit auf. Auf der 7-Punkt-Likert-Skala kann dieser dennoch als erhöht betrachtet werden. Die 672 Teilnehmer dieser Untersuchung neigen also eher zu Offenheit, als zu Verslossenheit. Zu der Facette Offenheit (für Erfahrungen) gehören weitere Eigenschaften, wie die Offenheit für Phantasie, für Ästhetik, für Gefühle, für Handlungen, für Ideen und die Offenheit des Werte- und Normensystems. Am schwächsten ausgeprägt ist der Wert der Facette Neurotizismus. Dies ist bei der hohen Ausprägung der anderen Werte zu erwarten. Es bedeutet, dass die Teilnehmer im Durchschnitt eher emotional stabil anstatt labil sind. Die Facette Neurotizismus geht mit den Persönlichkeitseigenschaften oder auch Subfacetten Ängstlichkeit, Reizbarkeit, Depression, soziale Befangenheit, Impulsivität und Verletzlichkeit einher. Da der Wert Neurotizismus jedoch eher gering ausgeprägt ist, treffen diese Eigenschaften eher im Gegenteil zu. Die Probanden sind also eher entspannt, locker, selbstsicher, sorglos, zufrieden, unempfindlich, und ruhig. Zusammenfassend lässt sich das Persönlichkeitsprofil der aktiven eGym-Kunden folgendermaßen beschreiben (siehe Tabelle 1 und Abbildung 4):

- Sehr gewissenhaft (z.B. verantwortungsbewusst, selbstdiszipliniert, organisiert)
- Sehr verträglich (z.B. freundlich, tolerant, mitfühlend)
- Eher extrovertiert (z.B. gesellig, kontaktfreudig, spontan)
- Eher offen (z.B. wissbegierig, aufgeschlossen, kreativ)
- Emotional stabil (z.B. ausgeglichen, locker, unempfindlich)

Auch beim durchschnittlichen Motivationsprofil fällt sofort eine Motivation ins Auge, die mit Abstand am stärksten ausgeprägt ist. Am stärksten sind die Teilnehmer extrinsisch durch die Motivation EM introjection motiviert. Das bedeutet, die Teilnehmer empfinden ein Gefühl von Schuld, wenn sie sich nicht im Fitnessstudio sportlich betätigen. Die zweitstärkste Motivation, welche die Befragten zum Sporttreiben im Fitnessstudio antreibt, ist die intrinsische Motivation IM to accomplish. Diese Motivation treibt zum selbstbestimmten Handeln an, wenn diejenige Person etwas erreichen möchte oder etwas Schweres, wie beispielsweise eine neue Trainingstechnik, erlernen möchte. Offenbar haben die Teilnehmer genaue Vorstellungen davon, warum sie den Sport im Fitnessstudio ausüben und was sie damit für sich selbst erreichen können. Auch die anderen beiden intrinsischen Motivationen IM to know und IM to experience stimulation

sind hoch ausgeprägt. Die Teilnehmer handeln im Durchschnitt selbstbestimmt und haben Spaß daran Neues im Fitnesstraining zu entdecken, neue Dinge kennenzulernen und zu erfahren und schwierige Dinge im Sportbereich zu erreichen. Diese Dinge motivieren die aktiven eGym-Kunden. Die beiden noch nicht genannten extrinsischen Motivationen EM identification und EM external regulation sind eher schwach ausgeprägt. Das bedeutet, dass der Sport den Teilnehmern nicht nur zur reinen Zweckerfüllung dient und sich diese auch nicht stark von den Werten und Vorstellungen anderer beeinflussen lassen. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die stärkste extrinsische Motivation der eGym Kunden die EM introjection ist. Die eGym-Kunden verspüren innerlich ein von außen gesteuertes, negatives Gefühl oder einen Druck, der sie zum Sporttreiben motiviert bzw. antreibt. Außerdem sind sie sehr intrinsisch motiviert. Sie haben Spaß an Neuem, am Erreichen schwerer Aufgaben und am Erfahren aufregender Erfahrungen im Sport und werden dadurch motiviert.

Wie bereits erwähnt, weisen die Teilnehmer nur einen sehr geringen Wert in Amotivation auf. Daraus lässt sich schließen, dass die Teilnehmer eher motiviert und nicht amotiviert sind. Dieses Ergebnis war zu erwarten, da zu Beginn der Studie nur die aktuell aktiven Fitnessstudienteilnehmer für die Beantwortung des Fragebogens ausgewählt wurden. Es bestätigt die Richtigkeit der methodischen Entscheidung, da man annehmen kann, dass nur aktive Fitnessstudiomitglieder auch motiviert sind bzw. nicht amotiviert sind.

Diskussion zu Korrelationen der fünf Persönlichkeitsfacetten 1) Neurotizismus, 2) Offenheit, 3) Verträglichkeit, 4) Gewissenhaftigkeit und 5) Extraversion und der sieben Motivationen 1) IM to know, 2) IM to experience stimulation, 3) IM to accomplish, 4) EM introjection, 5) EM identification, 6) EM external regulation und 7) Amotivation:

Die folgenden Aussagen stützen sich auf die Tabellen 1 und 2.

Bei der tatsächlichen Untersuchung der Zusammenhänge zwischen der sportlichen Motivation und der Persönlichkeit, konnten zwar nur wenige Hypothesen bestätigt werden, jedoch weisen einige Persönlichkeitsfacetten durchaus signifikante Zusammenhänge mit einigen Motivationen auf, die im Folgenden erläutert werden.

Die größten Korrelationswerte, die gemessen wurden, beschreiben einen positiven, signifikanten Zusammenhang zwischen der Facette Gewissenhaftigkeit und den drei intrinsischen Motivationen. Davon kann folgende Aussage abgeleitet werden: umso gewissenhafter ein Fitnessstudiomitglied ist, umso mehr ist dieses intrinsisch motiviert. Auf die extrinsischen Motivationen hat die Gewissenhaftigkeit keinen konkreten Einfluss. Lediglich bei der extrinsischen Motivation EM introjection besteht außerdem ein positiver Zusammenhang. Dieser ist jedoch etwas geringer ausgeprägt als bei den

intrinsischen Motivationen. Lässt man diesen mit einfließen lässt sich folgern, dass sehr gewissenhafte Fitnessstudiomitglieder z.B. aufgrund ihrer hohen Selbstdisziplin und ihrem Leistungsstreben im Sport, sehr intrinsisch motiviert sind, sich aber auch ihrer innerlichen Angst oder dem selbsterzeugten innerlichen Druck beugen, Sport machen zu müssen, was aus extrinsischer Motivation resultiert. Auch zwischen der negativen Motivation, der Amotivation, und der Persönlichkeitsfacette Gewissenhaftigkeit besteht ein leichter bis mittlerer negativer Zusammenhang. Das bedeutet, dass sehr gewissenhafte, pflichtbewusste und leistungsstrebende Fitnessstudiomitglieder eher weniger zu Amotivation neigen. Dies kann mit den Eigenschaften wie beispielsweise Tüchtigkeit oder Selbstdisziplin zusammenhängen, über welche gewissenhafte Personen verfügen.

Die Persönlichkeitsfacette Offenheit korreliert ebenfalls positiv mit intrinsischen und extrinsischen Motivationen. Wie unter anderem zu erwarten, weist der Zusammenhang zwischen Offenheit und IM to know den größten Korrelationswert auf, fast gleichauf mit der Motivation IM to experience stimulation. Sehr offene Menschen sind also intrinsisch motiviert und möchten neue Dinge im Sport, z.B. neue Trainingstechniken, kennenlernen. Sie werden durch das gute Gefühl während der Ausübung ihres Fitnesstrainings oder durch angenehme ästhetische Erlebnisse motiviert. Eine ähnlich hohe Korrelation besteht zwischen Offenheit und der intrinsischen Motivation IM to accomplish und der extrinsischen Motivation EM identification. Offene Fitnessstudiomitglieder lassen sich intrinsisch motivieren, weil sie aufgrund ihrer Offenheit für Ästhetik und Handlungen Spaß daran haben, neue und vielleicht sehr schwere Ziele im Sport zu erreichen und erfahren dadurch eine innere Zufriedenheit. Außerdem orientieren sie sich aufgrund ihrer Offenheit ihres Werte- und Normensystems hinsichtlich diesem an anderen Personen und lassen sich durch die Auffassungen derer beeinflussen. Dies geschieht, indem sie die Eigenschaften, Einstellungen und Werte anderer übernehmen und in ihre eigene Persönlichkeit implementieren, die sie zuvor selbstbestimmt ausgewählt und für ihre eigene Person als nützlich und bereichernd empfunden haben. Bei verschlossenen Fitnesssportlern spielen die eben genannten Motivationen also nur eine sehr geringe Rolle in Bezug auf deren Fitnesstraining. Außerdem besteht ein sehr geringer Zusammenhang zwischen Offenheit und der Motivation EM introjection, auf den hier aber aufgrund des geringen Werts nicht weiter eingegangen wird.

Die Persönlichkeitsfacette Neurotizismus korreliert mit keiner der extrinsischen oder intrinsischen Motivationen. Hier konnte kein signifikanter Zusammenhang gemessen werden, weder ein negativer noch ein positiver. Das heißt, wenn es um die tatsächliche sportliche Motivation von aktiven Fitnessstudiomitgliedern geht, kann die Persönlichkeitsfacette Neurotizismus außen vorgelassen werden. Sehr interessant ist jedoch die Betrachtung der Amotivation. Diese weist einen mittleren, stark signifikanten, positiven Zusammenhang mit der Persönlichkeitsfacette auf. Man kann also davon ausgehen,

dass Menschen mit einem hohen Wert in Neurotizismus, das bedeutet Menschen mit einer Persönlichkeit, die von Eigenschaften wie z.B. Ängstlichkeit, Verletzlichkeit oder sozialer Befangenheit geprägt ist, eher zu Amotivation neigen bzw. bei diesen Menschen die Amotivation verstärkt auftritt. Menschen mit einem Persönlichkeitskonstrukt, das dagegen auf emotionaler Stabilität basiert, neigen weniger zu Amotivation. Sportler mit einer hohen emotionalen Labilität, also einem hohen Neurotizismus-Wert, könnten eher auf ihre Selbstzweifel eingehen bzw. ihren sportlichen Alltag durch diese bestimmen lassen. Dies führt letztendlich dazu, dass diese Personen ganz mit dem Fitness-training im Fitnessstudio aufhören bzw. kurz vor dem Ende ihrer sportlichen Aktivität im Fitnessstudio stehen.

Wie zuvor erwähnt ist Erlebnishunger eine Eigenschaft der Persönlichkeitsdimension Extraversion. Dies erklärt den positiven, signifikanten Zusammenhang zwischen den drei intrinsischen Motivationen und dieser Facette. Fitnessstudiomitglieder, die von sich aus Spaß daran haben, Neues im Training zu erlernen und zu entdecken, schwierige Aufgaben zu erreichen und eine positive Stimulation während des Trainings oder durch das Training erfahren möchten, wollen damit möglicherweise ihren Erlebnishunger stillen und sind, davon angetrieben, intrinsisch zum Fitnesstraining motiviert. Außerdem weist die Korrelationsanalyse einen signifikanten Zusammenhang mit der Motivation EM identification auf. Dies ist vielleicht auf die erhöhte Geselligkeit von Personen mit einem hohen Extraversion-Wert zurückführbar. Aktive Fitnessstudiomitglieder, die sich in Geselligkeit wohl fühlen, treten dabei enger in Kontakt mit den Meinungen, Werten und den Erfahrungen anderer Personen. Sie lassen sich zum Teil auf deren Ansichten ein und introjizieren die für sie gewinnbringenden Eigenschaften und Werte in ihre Persönlichkeit. Durch diesen extrinsischen Einfluss lässt sich wiederum Motivation schöpfen. Auch bei dieser Facette besteht der negative Zusammenhang zur Amotivation. Daraus lässt sich interpretieren, dass extrovertierte Fitnessstudiomitglieder statistisch eine geringere Amotivation aufweisen, als eher introvertierte Personen. Dies ist möglicherweise auf deren Frohsinn und ihre hohe Durchsetzungsfähigkeit zurückzuführen.

Zuletzt werden die Zusammenhänge zwischen der Persönlichkeitsfacette Verträglichkeit und den Motivationen näher beleuchtet und interpretiert. Leichte Zusammenhänge bestehen mit den Motivationen IM to know, IM to accomplish, IM to experience stimulation und EM introjection. Außerdem weist sie mit der Amotivation wieder einen signifikanten, negativen Zusammenhang auf. Für den Verfasser lassen sich jedoch keine logischen Zusammenhänge herleiten, weshalb diese nicht weiter thematisiert werden, zumal der Facette Verträglichkeit außer bei der Beschreibung der Motivation EM introjection im Rahmen der Regressionsanalyse keine weitere statistische Relevanz zugesprochen werden kann.

Abschließend werden die eigens erhobenen Korrelationsergebnisse nochmal mit der im ersten Teil erläuterten Theorie verglichen. Zwar gleichen nicht alle selbst erhobenen Ergebnisse den Ergebnissen von Ingledew, jedoch existieren durchaus nennenswerte Übereinstimmungen bei manchen Persönlichkeitsfacetten und Motivationen. Ingledew kann in seiner Untersuchung ebenfalls einen Zusammenhang von Gewissenhaftigkeit und intrinsischer Motivation nachweisen. Des Weiteren ist sehr Interessant, dass in beiden Untersuchungen die Persönlichkeitsfacetten Gewissenhaftigkeit und Verträglichkeit mit der Motivation external regulation negativ korrelieren. Aber auch gegensätzliche Aussagen bestehen. Der Persönlichkeitsdimension Offenheit entzieht Ingledew beispielsweise jede Bedeutung, während sie im Gegensatz zu den eigens erhobenen Ergebnissen der vorliegenden Untersuchung durchaus mit Motivationen korreliert und vor allem bei der Beschreibung der intrinsischen Motivationen eine große Rolle spielt. Ansonsten stimmen die Ergebnisse der eigenen Untersuchung nur bedingt mit den Daten von Ingledew überein. Weder Neurotizismus, noch Offenheit oder Extraversion korrelieren in dieser Untersuchung in ähnlicher Art und Weise mit den Motivationen wie es bei Ingledew der Fall ist.<sup>84</sup> Das kann möglicherweise mit der Teilnehmerzahl zusammenhängen, die bei Ingledew rund viermal so klein ausfiel als bei der vorliegenden Untersuchung, oder es hängt mit der unterschiedlichen Teilnehmerauswahl zusammen. Während Ingledew die Daten von Sportlern betrachtete, die in einem Zeitraum von sechs Monaten aktiv waren, betrachtete der Verfasser in der vorliegenden Arbeit ausschließlich Fitnessstudiomitglieder, die in den letzten acht Wochen im Fitnessstudio aktiv waren. Beide Gesichtspunkte könnten einen Einfluss auf die unterschiedlichen Ergebnisse haben.

#### Diskussion der Regressionsanalyse mit den Motivationsarten als abhängige Variablen und den fünf Persönlichkeitsfacetten als unabhängige Variablen:

Mit der Regressionsanalyse wurde versucht, eine lineare Gleichung aufzustellen, mit der sich die sieben Motivationen beschreiben bzw. berechnen lassen. Diese werden in der Formel mit Hilfe bestimmter Facetten der Big Five berechnet.

Bei dieser Analyse zeigten die Ergebnisse bei der Motivation EM external regulation keine signifikanten Zusammenhänge zu den Persönlichkeitsfacetten. Des Weiteren lässt sich die Motivation EM identification bei der Regressionsanalyse in jedem Fall nur durch eine der drei Variablen 1) Offenheit, 2) Gewissenhaftigkeit und 3) Extraversion darstellen bzw. berechnen. Diese Ergebnisse lassen sich nur sehr schwer interpretie-

---

<sup>84</sup> Vgl. Ingledew/Markland/Sheppard, 2004, 1921-1930

ren bzw. auf überhaupt keine konkreten Aussagen schließen. Aus diesen Gründen wird auf diese beiden Motivationsarten nicht weiter eingegangen und es werden im weiteren Verlauf ausschließlich Motivationsarten thematisiert, die sich durch mindestens zwei Persönlichkeitsfacetten beschreiben lassen.

Sehr auffällig ist die Persönlichkeitsfacette Gewissenhaftigkeit. Sie scheint bei allen anderen fünf Motivationen eine wichtige Variable zu sein, welche diese beeinflusst. Bei jeder Aufstellung einer linearen Gleichung, die eine Motivation beschreibt, spielt die Facette Gewissenhaftigkeit eine Rolle. Diese Eigenschaft scheint unermesslich zu sein, wenn man bei einem Fitnessstudiomitglied von dessen Persönlichkeit auf dessen Motivationen schließen möchte. Alle Motivationen 1) IM to know, 2) IM to accomplish, 3) IM to experience stimulation und 4) EM identification stehen in positivem Zusammenhang mit der Facette. Die Ausnahme bildet die Amotivation, die einen negativen Zusammenhang mit dieser aufweist.

Im Folgenden wird genauer auf die Gleichungen der Motivationen eingegangen. Bei der intrinsischen Motivation lässt sich ein klares Muster erkennen. Alle drei Motivationen lassen sich durch die gleichen drei Persönlichkeitsfacetten 1) Gewissenhaftigkeit, 2) Offenheit und 3) Extraversion beschreiben. Offenbar scheinen diese drei Facetten ausschlaggebend zu sein bzw. sind ausreichend, um die jeweiligen intrinsischen Motivationen einer Person zu bestimmen.

Bei der extrinsischen Motivation ist dem nicht so. Der Regressionsanalyse zu Folge wird die extrinsische Motivation EM introjection zwar auch durch die Facette Gewissenhaftigkeit bestimmt, jedoch haben auf diese auch die Facetten Neurotizismus und Verträglichkeit einen erheblichen Einfluss. Demnach weisen beispielsweise ungewissenhafte, emotional labile und eher unverträgliche Personen einen niedrigen Wert in der Motivation EM introjection auf. Sehr gewissenhafte, offene und extrovertierte Persönlichkeiten sind im Fitnesstraining eher intrinsisch motiviert. Diese möglichen Kausalzusammenhänge lassen sich aus den ausgewerteten Daten erschließen.

Zuletzt wird auf die Amotivation eingegangen. Diese lässt sich durch die Facette Neurotizismus und Gewissenhaftigkeit bestimmen, allerdings mit einem negativen Vorzeichen in der Gleichung aufgrund des negativen Zusammenhangs. Das bedeutet in der Berechnung: Umso emotional stabiler und umso gewissenhafter ein Fitnessstudiomitglied ist, desto kleiner fällt dessen Amotivation aus.

Im folgenden Unterkapitel wird die Methode und die Vorgehensweise der vorliegenden Untersuchung kritisch hinterfragt und mögliche Limitationen der Untersuchung erläutert.



### 3.4.2 Methodische Limitation

Zu Beginn muss wiederholt erwähnt werden, dass der Verfasser bei seiner Umfrage eine große Stichprobe erreichen konnte, von der aus auf die Grundgesamtheit bzw. durchaus auf alle eGym-Kunden geschlossen werden kann. Man kann aufgrund der Anzahl an Untersuchungsteilnehmern von 672 Personen davon ausgehen, dass die Untersuchung valide Ergebnisse hervorbringt. Des Weiteren wurde sowohl bei der Befragung hinsichtlich der Persönlichkeit, als auch bei der sportlichen Motivation auf valide und reliable Messinstrumente Wert gelegt. Die Wahl fiel deshalb auf das BFI-S und die SMS. Durch die Kombination der beiden Fragebögen kreierte der Verfasser ein Fragebogenkonstrukt, welches sich auf alle möglichen Sportarten adaptieren lässt und die jeweilige Persönlichkeitsprofile und die sportliche Motivation der Sportler abfragen bzw. messen kann.

Trotz allem bleibt die Auswahl des Fragebogens BFI-S fraglich. In dieser Untersuchung wurde sie aus dem Hauptgrund der niedrigen Bearbeitungszeit ausgewählt. Da der Bogen allerdings jede Persönlichkeitsfacette mit nur drei Fragen abfragt, kann man davon ausgehen, dass sich die Facetten durch mehrere Fragen genauer beschreiben lassen. Bei der Motivation wurden die jeweiligen Motivationsarten immerhin durch jeweils vier Items beschrieben. Ein Persönlichkeitsfragebogen mit größerem Umfang lehnte der Verfasser in dieser Untersuchung ab, da er befürchtete, dass sich dies stark negativ auf die Teilnehmeranzahl der Untersuchung auswirken würde. In der nun vorliegenden Untersuchung wurde der Online-Fragebogen von über 70 Teilnehmern nicht beendet. Durch den möglichst kurzen Fragebogen wollte man die Wahrscheinlichkeit der Akzeptanz der Teilnehmer gegenüber der Umfrage erhöhen. Trotzdem hätte möglicherweise ein anderer Fragebogen der Big Five genauere Ergebnisse liefern können, wenn auch dadurch prozentual noch mehr Personen den Fragebogen nicht ganz abgeschlossen hätten.

Ein weiterer Kritikpunkt am Fragebogen ist der Bezug zum Fitnesstraining. Natürlich wurden die Teilnehmer der Umfrage von ihrem Fitnessanbieter eGym kontaktiert und auch in den Fragen des Fragebogens wurde nach dem „Fitnesstraining“ gefragt, jedoch besteht die Möglichkeit, dass sich die Teilnehmer im Laufe der Umfrage thematisch von dem Begriff distanzieren und ihre Aussagen allgemein auf Sport bezogen haben. Angesichts der konkreten Fragestellung, der Kontaktaufnahme durch eGym und aufgrund des großen eGym-Logos zu Beginn der Umfrage, geht der Verfasser trotzdem davon aus, dass sich diese möglichen Abweichungen aufgrund der hohen Teilnehmeranzahl statistisch verlaufen bzw. untergehen.

Außerdem muss nochmals ein sehr entscheidender Punkt thematisiert werden, nämlich das Alter der Zielgruppe. Zwar repräsentieren die durchschnittlichen Ergebnisse in

höchstem Maße die durchschnittlichen Eigenschaften aller eGym-Kunden, jedoch verfügen diese über einen sehr hohen Altersdurchschnitt von Schätzungsweise 50 Jahren. Die meisten eGym-Kunden sind, wie Abbildung 3 zeigt, zwischen 41 und 70 Jahren alt. Dabei kommt die Frage auf, ob der sportliche Alltag im Fitnessstudio von jungen Personen mit gewissen Persönlichkeitsmerkmalen von deutlich anderen Motivationsarten geprägt ist, als es bei Personen mit den gleichen Persönlichkeitsmerkmalen der Fall ist, die aber durchschnittlich 30 Jahre älter sind. Aus diesem Grund ist es fraglich, ob die gewonnenen Daten ebenfalls auf sehr junge Personen adaptiert werden können. Fakt ist auf jeden Fall, dass die Ergebnisse mit großer Wahrscheinlichkeit auf alle eGym-Kunden zutreffen und nun auf Basis der neuen Erkenntnisse ein spezifischerer Umgang mit diesen möglich ist. Zwar würde der in dieser Untersuchung gewonnene Datensatz durchaus auch altersspezifische Hypothesen zulassen, jedoch müssten diese aufgrund des vorgegebenen Umfangs der vorliegenden Arbeit in weiteren Untersuchungen geprüft werden.

Zuletzt ist die Auswertungsmethode zu nennen. Zwar wurden mit dem Statistikprogramm IBM SPSS Statistics die Korrelationen berechnet und eine Regressionsanalyse durchgeführt, jedoch lassen diese Ergebnisse nicht zwangsweise auf konkrete Kausalzusammenhänge schließen. Aus diesem Grund wurden in der Interpretation der Ergebnisse auch ausschließlich mögliche Kausalzusammenhänge formuliert. Um diese jedoch konkret bestätigen zu können, wären weitere statistische Verfahren und andere Methoden notwendig. Diese könnten in Zukunft im Rahmen weiterer wissenschaftlicher Untersuchungen z.B. in Form eines Experiments Anwendung finden.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass aufgrund der großen Stichprobe ein interessanter Datensatz mit ähnlich beachtenswerten Ergebnissen gesammelt werden konnte, aus dem in Zukunft auch noch viele weitere aufschlussreiche Erkenntnisse gewonnen werden können. Besonders die nachgewiesenen Korrelationen und das durchschnittliche Persönlichkeits- und Sportmotivationsprofil der aktiven Fitnessstudiomitglieder ist dabei inhaltlich sehr aufschlussreich für die eGym GmbH und bildet eine gute Basis für weitere wissenschaftliche Untersuchungen in den Sport- und Motivationswissenschaften.

## 4 Fazit mit Forschungsausblick

Abschließend lässt sich konstatieren, dass durchaus messbare Zusammenhänge zwischen der Persönlichkeit und der sportlichen Motivation von aktiven Fitnessstudiomitgliedern bestehen. Es lässt sich sogar die Behauptung aufstellen, dass sich mit den Big Five als Datenbasis die einzelnen Motivationen 1) IM to know, 2) IM to accomplish, 3) IM to experience stimulation, 4) EM introjection und 5) Amotivation von aktiven Fitnessstudiomitgliedern berechnen lassen. Auch wenn die tatsächlichen Zusammenhänge inklusive Kausalzusammenhänge noch weiter wissenschaftlich untersucht werden müssen, so bilden die Ergebnisse dieser Arbeit durchaus eine spannende Datenbasis für alle Fitnessstudios, die sich mit der Motivation ihrer Mitglieder beschäftigen.

Aus wissenschaftlicher Sicht wäre vor allem die Untersuchung der Persönlichkeitsfacette Gewissenhaftigkeit von großer Bedeutung, da diese scheinbar den größten Einfluss auf die sportliche Motivation hat. Sowohl bei intrinsischen, als auch bei der extrinsischen Motivation waren signifikante Zusammenhänge mit dieser Facette messbar. Auch der extrinsischen Motivation ist im Allgemeinen Beachtung zu schenken, da die Motivation EM introjection unter allen Arten von Motivation am stärksten bei den aktiven Fitnessstudiomitgliedern ausgeprägt war und somit deutlich dominierte. Außerdem ist die Amotivation nicht zu vernachlässigen, da diese oftmals zur völligen Stilllegung der sportlichen Aktivität führt. Offenbar gibt es hierbei aus Sicht der Persönlichkeit eine Risikogruppe mit geringer Gewissenhaftigkeit und eher emotional labilen Persönlichkeitseigenschaften, welche deutlich anfälliger für Amotivation sind. Es wird deutlich, dass diese Untersuchung viele weitere spannende Forschungsfragen aufwirft, die in Zukunft wissenschaftlich erarbeitet werden können. Beispielsweise könnte man sich wissenschaftlich detaillierter mit der Facette Gewissenhaftigkeit oder der Amotivation auseinandersetzen. Damit erhalten Fitnessstudiobetreiber ein weiteres Werkzeug, um Kunden spezifisch auf der Basis ihrer Persönlichkeit anzusprechen und motivieren zu können. Dadurch erreichen diese schneller und effektiver ihre sportlichen Ziele und dem Studiobetreiber gelingt es gleichzeitig, seine Mitgliederfluktuation zu senken. Das wäre eine Win-Win-Situation, sowohl aus persönlicher Sicht für den Sportler, als auch aus wirtschaftlicher Sicht für den Studiobetreiber.

## Literaturverzeichnis

### Bücher:

Angleitner, Alois/Ostendorf, Fritz: NEO-PI-R. NEO-Persönlichkeitsinventar nach Costa und McCrae. 1. Auflage, Göttingen 2004.

Baumgärtner, Sören D./Ennigkeit, Fabienne/Hänsel, Frank et al.: Sportpsychologie. Berlin Heidelberg 2016.

Bortz, Jürgen/Döring, Nicola: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. 5. Auflage, Berlin 2016.

Böning, Uwe/Kegel, Claudia: Psychometrische Persönlichkeitsdiagnostik. In: Kotte, Silja/Möller, Heidi (Hrsg.): Diagnostik im Coaching. Berlin Heidelberg 2013, 81-100.

Capelan, Ralf/Fütterer, Sabrina/Gronau, Niels et al.: Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft, Hamburg 2014.

Conzelmann, Achim/Lehnert, Katrin/Schmid, Julia et al.: Das Berner Motiv- und Zielinventar im Freizeit - und Gesundheitssport. Anleitung zur Bestimmung von Motivprofilen und motivbasierten Sporttypen. Bern 2012.

Daumann, Frank/Emrich, Eike/Krüger, Michael et al.: Bewegung, Spiel und Sport in Kultur und Gesellschaft – Sozialwissenschaften des Sports. In: Güllich, Arne/Krüger, Michael (Hrsg.): Sport. Das Lehrbuch für das Sportstudium. Berlin Heidelberg 2013, 339-394.

Deci, Edward L./Pelletier, Luc G./Rocchi, Meredith A. et al.: Validation of the revised sport motivation scale (SMS-II). In: Psychology of Sport and Exercise, 14/2013, 329-341.

Donahue, Eric G./Lafrenière, Marc-André K./Vallerand, Robert J.: Intrinsic and Extrinsic Motivation in Sport and Exercise. In: Tenenbaum, Gershon/ Eklund, Robert C./ Kamata, Akihito: MEASUREMENT in SPORT and EXERCISE PSYCHOLOGIE, United States of America 2012, 279-292.

Enders, Eckhard: Motivationale und selbstkonzeptbezogene Aspekte im Fitness-Sport. 1. Auflage, Hamburg 2007.

Gerlitz, Jean-Yves/Schupp, Jürgen: Zur Erhebung der Big-Five-basierten Persönlichkeitsmerkmale im SOEP. Berlin 2005.

Herrmann, Theo: Lehrbuch der empirischen Persönlichkeitsforschung. 6. Auflage, Göttingen 1991.

Herzberg, Philipp Y./Roth, Marcus: Dispositionelle Persönlichkeitseigenschaften. In: Kriz, Jürgen (Hrsg.): Persönlichkeitspsychologie, Wiesbaden 2014, 39-74.

Karimi, Zohra/Kreddig, Nina: Motivation. In: Ayan, Türkan (Hrsg.): Psychologie für Pflege- und Gesundheitsmanagement, Wiesbaden 2013, 119-136.

Karimi, Zohra/Kreddig, Nina: Persönlichkeit. In: Ayan, Türkan (Hrsg.): Psychologie für Pflege- und Gesundheitsmanagement, Wiesbaden 2013, 137-150.

Pekrun, Reinhard: Emotion, Motivation und Persönlichkeit. Fortschritte der psychologischen Forschung, 1. Band, München 1988.

Rheinberg, Falko/Vollmeyer, Regina: Motivation. 8. Auflage, Stuttgart 2012.

Zarotis, Georgios F.: Ziel Fitness-Club: Motive im Fitness-Sport. Gesundheit? Aussehen? Ausgleich? Spaß?. Aachen 1999.

#### Hochschulschriften:

Bipp, Tanja: PERSÖNLICHKEIT – ZIELE – LEISTUNG: Der Einfluss der Big Five Persönlichkeitseigenschaften auf das zielbezogene Leistungshandeln. Dortmund 2006.

Gerweck, Sarah: Der Zusammenhang zwischen der sportlichen Motivation und der Persönlichkeit bei jungen Erwachsenen. Heidelberg 2016.

Huber, Johanna: Der Zusammenhang zwischen der sportlichen Motivation und der Persönlichkeit. Persönlichkeitsfacetten: Extraversion, Gewissenhaftigkeit und Neurotizismus. Erding 2014.

Köckeis, Caroline: Beweggründe zum Sporttreiben im Fitnessstudio. Ein geschlechtsspezifischer Vergleich der Altersgruppe zwischen 30 und 50 Jahren. Wien 2010.

Söller, Olivia: Persönlichkeit und Motivation. Der Zusammenhang zwischen körperlicher Aktivität, Persönlichkeit und motivationaler Selbstregulation. Hamburg 2015.

#### Zeitschriften:

Abraldes, J. Arturo/Baena-Extremuera, Antonio/Gómez-López, Manuel et al.: Psychometric Properties of the "Sport Motivation Scale (SMS)" Adapted to Physical Education. In: Journal of Sports Science and Medicine, Vol. 13/2014, 801-807.

Banzer, Winfried/Thiel, Christian/Vogt, Lutz: Bewegung – vielseitige Medizin, die wirkt: Dosierte körperliche Aktivität bei chronischen Erkrankungen steigert Gesundheit und Lebensqualität. In: Forschung Frankfurt, Vol. 02/2011, 12–19.

Blais, Marc R./Brière, Nathalie M./Fortier, Michelle S. et al.: Toward a New Measure of Intrinsic Motivation, Extrinsic Motivation, and Amotivation in Sports: The Sport Motivation Scale (SMS). In: JOURNAL OF SPORT & EXERCISE PSYCHOLOGY, Vol. 17/1995, 35-53.

Campbell, Marc J./Clancy, Rachel B./Herring, Matthew P.: Motivation Measures in Sport: A Critical Review and Bibliometric Analysis. In: Frontiers in Psychology, Vol. 08/2017, Artikel 348.

Ingledeu, David K./Markland, David/Sheppard, Kate E.: Personality and self-determination of exercise behavior. In: Personality and Individual Differences, Vol. 36/2004, 1921-1932.

Tusch, Dustin: BBE-Newsletter für Engagement und Partizipation in Deutschland: Fünf Gründe für den Fitnessboom. Berlin 2016.

#### Elektronische Quellen:

IBBM SPSS Statistics 24, Statistik-Software zur Datenauswertung und Datenanalyse.

#### Internetquellen:

Bechler, Andreas: Die Bedeutung der Kundenbindung in der Fitnessbranche, 13.02.2015, <http://www.tempomacher-consulting.de/die-bedeutung-der-kundenbindung-in-der-fitnessbranche>, [Stand 15.05.2017].

Conzelmann, Achim/Lehnert, Katrin/Sudeck, Gorden: BMZI – Berner Motiv- und Zielinventar im Freizeit- und Gesundheitssport, 05.07.2011, <http://econtent.hogrefe.com/doi/abs/10.1026/0012-1924/a000043>, [Stand 15.05.2017].

Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V.: Die Survey-Gruppe SOEP, [https://www.diw.de/de/diw\\_02.c.299771.de/ueber\\_uns.html](https://www.diw.de/de/diw_02.c.299771.de/ueber_uns.html), [Stand 15.05.2017].

DSSV/Deloitte: Bevölkerung in Deutschland nach Häufigkeit des Besuchs von Fitness- und Kraftstudios in der Freizeit von 2013 bis 2016 (Personen in Millionen), November 2016, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181324/umfrage/haeufigkeit-fitnessstudios-wellnessstudios-besuchen/>, [Stand 15.05.2017].

DSSV/Deloitte: Mitgliederzahl der Fitnessstudios in Deutschland von 2003 bis 2016 (in Millionen), März 2017, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/5966/umfrage/mitglieder-der-deutschen-fitnessclubs/>, [Stand 15.05.2017].

DSSV/Deloitte: Anzahl der Anlagen in der Fitnessbranche in Deutschland von 2008 bis 2016, März 2017, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/6231/umfrage/anzahl-der-anlagen-in-der-fitness-branche/>, [Stand 15.05.2017].

DSSV/Deloitte: Umsatz der Fitnessbranche in Deutschland in den Jahren 2010 bis 2016 (in Milliarden Euro), März 2017, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/6228/umfrage/umsatz-der-fitness-branche-in-deutschland/>, [Stand 15.05.2017].

eGym GmbH: OUR SUCCESS STORY, <https://career.egym.com/success/>, [Stand 15.05.2017].

eGym GmbH: Was bietet Dir eGym genau?, <https://www.egym.de/>, [Stand 15.05.2017].

Paulussen, Udo: Grundumsatz, 24.12.2012, [http://flexikon.doccheck.com/de/Spezial:Artikel\\_Autoren/Grundumsatz](http://flexikon.doccheck.com/de/Spezial:Artikel_Autoren/Grundumsatz), [Stand 15.05.2017].

Piatscheck, Nina: Auf der Daten-Drückbank, 29.12.2016, <http://www.zeit.de/2016/52/egym-fitness-app-start-up-vergleich>, [Stand 15.05.2017].

Scherkamp, Hannah: Mega-Deal für eGym – 45 Millionen Dollar werden investiert, 21.03.2016, <http://www.gruenderszene.de/allgemein/egym-45-millionen>, [Stand 15.05.2017].

Spektrum der Wissenschaft: Unterschwellige Wahrnehmung - Motivieren aber heimlich, 09/2010, <http://www.spektrum.de/alias/unterschwellige-wahrnehmung/motivieren-aber-heimlich/1042134>, [Stand 15.05.2017].

Stangl, Werner: Introjektion, <http://lexikon.stangl.eu/4409/introjektion/>, [Stand 15.05.2017].

Wohner, Lukas: Fitness schlägt Fußball, März 2014, <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/deutscher-fitnessmarkt-fitness-schlaegt-fussball/9638832.html>, [Stand 15.05.2017].

# Anhang

## Anhang 1: Fragebogen der empirischen Untersuchung

aus: [www.umfrageonline.com/eGymVM](http://www.umfrageonline.com/eGymVM)



### eGym: Motivationsanalyse von Fitnessstudiomitgliedern

**Hallo lieber eGym-Kunde,**

bei eGym bekommst Du das effektivste Training. Die größte Hürde dabei ist jedoch meist die Motivation, welche im Folgenden analysiert werden soll.

Mit der Teilnahme an dieser Umfrage hilfst du uns, unsere Produkte für DICH noch motivierender gestalten zu können.

Bitte beantworte die Fragen ehrlich, alle Daten sind komplett anonym, werden vertraulich behandelt und nicht veröffentlicht.

Für die Beantwortung auf einem mobilen Gerät wird das Querformat für die optimale Darstellung der Fragen empfohlen.

**1. Bitte trage dein Geschlecht ein: \***

Bitte Geschlecht wählen... ▼

**2. Bitte wähle deine Altersgruppe: \***

Bitte Altersgruppe wählen... ▼





## Seite 2

4. Warum gehst Du ins Fitnessstudio und treibst dort Sport?

Bitte kreuze an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Dich zutreffen. \*

[illegible]

[illegible]

## Seite 3

5. Warum gehst Du ins Fitnessstudio und treibst dort Sport?

Bitte kreuze an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Dich zutreffen. \*

[illegible]

11461511 3000.

Weil ich mich beim Entdecken neuer (Trainings-)Techniken gut fühle.

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Es kommt mir so vor, als wäre ich nicht mehr fähig, in diesem Sport erfolgreich zu sein.

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Weil mir dadurch  
Ansehen von  
Menschen, die ich  
kenne, entgegen  
gebracht wird.

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Weil es meiner  
Meinung nach eine  
der besten  
Möglichkeiten ist,  
Leute zu treffen.

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Weil ich große Genugtuung verspüre, wenn ich bestimmte schwierige (Trainings-)Techniken meistere.

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Weil es absolut notwendig ist Sport zu treiben, wenn man in Form bleiben will.

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Wegen des  
Ansehens, ein/e  
Athlet/in zu sein.

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Weil es eine gute Möglichkeit ist, um andere Aspekte meiner Persönlichkeit weiterzuentwickeln.

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Weil ich ein gutes Gefühl verspüre, wenn ich an der Verbesserung eigener Schwachstellen arbeite.

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Wegen der  
Aufregung, die ich  
fühle, wenn ich  
mich mit einer  
Aktivität richtig  
intensiv befasse.

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Weil ich Sport treiben muss, um mich wohl zu fühlen.

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

## Anhang 2: Die deutsche Version der Sport Motivation Scale (SMS)

aus: Burtscher, Johannes/Furtner, Marco/Sachse, Pierre/Burtscher, Martin:  
VALIDATION OF A GERMAN VERSION OF THE SPORT MOTIVATION SCALE  
(SMS28) AND MOTIVATION ANALYSIS IN COMPETITIVE MOUNTAIN RUNNERS.  
In: Perceptual and Motor Skills, 3/2011, 807-820.

Trifft überhaupt nicht zu	Trifft schwach zu		Trifft mäßig zu	Trifft stark zu		Trifft exakt zu
1	2	3	4	5	6	7

Warum üben Sie Ihre Sportart aus?	1	2	3	4	5	6	7
1. Weil ich ein gutes Gefühl während aufregender Erfahrungen verspüre.							
2. Wegen des guten Gefühls, mehr über den Sport zu wissen, den ich ausübe.							
3. Früher hatte ich gute Gründe Sport zu treiben, aber heute frage ich mich, ob ich weitermachen soll.							
4. Weil ich mich beim Entdecken neuer (Trainings-) Techniken gut fühle.							
5. Es kommt mir so vor, als wäre ich nicht mehr fähig, in diesem Sport erfolgreich zu sein.							
6. Weil mir dadurch Ansehen von Menschen, die ich kenne, entgegengebracht wird.							
7. Weil es meiner Meinung nach eine der besten Möglichkeiten ist, Leute zu treffen.							
8. Weil ich große Genugtuung verspüre, wenn ich bestimmte schwierige (Trainings-) Techniken meistere.							
9. Weil es absolut notwendig ist Sport zu treiben, wenn man in Form bleiben will.							
10. Wegen des Ansehens, ein/e Athlet/In zu sein.							
11. Weil es eine gute Möglichkeiten ist, um andere Aspekte meiner Persönlichkeit weiterzuentwickeln.							
12. Weil ich ein gutes Gefühl verspüre, wenn ich an der Verbesserung eigener Schwachstellen arbeite.							
13. Wegen der Aufregung, die ich fühle, wenn ich mich mit einer Aktivität richtig intensiv befasse.							
14. Weil ich Sport treiben muss, um mich wohl zu fühlen.							
15. Wegen der Genugtuung, die ich erfahre, wenn ich meine Fähigkeiten perfektioniere.							
16. Weil die Menschen in meiner Umgebung finden, dass es wichtig ist, fit zu sein.							

(continued on next page)

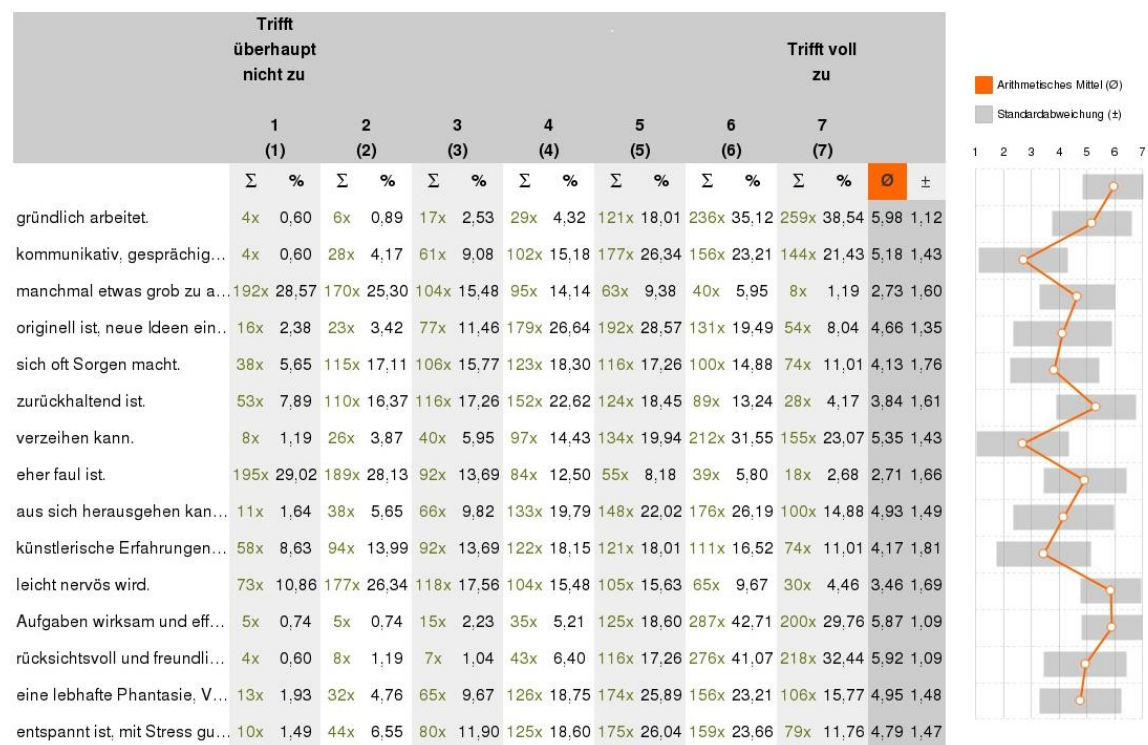
Warum üben Sie Ihre Sportart aus?	1	2	3	4	5	6	7
17. Weil es eine gute Möglichkeit ist, viele Dinge zu lernen, die mir auch in anderen Lebensbereichen nützlich sein können.							
18. Weil ich intensive Gefühle verspüre, wenn ich einen Sport ausübe, den ich mag.							
19. Ich glaube nicht mehr wirklich, dass mein Platz im Sport ist.							
20. Weil ich ein gutes Gefühl verspüre, wenn ich gewisse schwierige Bewegungen ausführe.							
21. Weil ich mich schlecht fühle, wenn ich mir nicht die Zeit dafür nehme.							
22. Um anderen zu zeigen, wie gut ich in meinem Sport bin.							
23. Weil ich ein gutes Gefühl verspüre, wenn ich (Trainings-) Techniken erlerne, die ich nie zuvor probiert habe.							
24. Weil es eine der besten Möglichkeiten ist, Beziehungen mit meinen Freunden aufrecht zu erhalten.							
25. Weil ich das Gefühl mag, in eine Aktivität komplett vertieft zu sein.							
26. Weil ich regelmäßig Sport treiben muss.							
27. Weil ich ein gutes Gefühl verspüre, wenn ich neue Leistungs-Strategien entdecke.							
28. Oft kommt es mir vor, als könnte ich meine selbst gesteckten Ziele nicht erreichen.							

### Anhang 3: Deskriptive Statistik, ergänzende Auswertungen

aus: [www.umfrageonline.com](http://www.umfrageonline.com)

#### 3. Ich bin jemand, der...

Anzahl Teilnehmer: 672





4. Warum gehst Du ins Fitnessstudio und treibst dort Sport?  
Bitte kreuze an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Dich zutreffen.

Anzahl Teilnehmer: 672

	Trifft überhaupt nicht zu				Trifft mäßig zu				Trifft exakt zu							
	1		2		3		4		5		6		7			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)									
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Arithmetisches Mittel (O)	Standardabweichung (±)		
Wegen der Genugtuung, d...	93x	13,84	55x	8,18	58x	8,63	210x	31,25	126x	18,75	79x	11,76	51x	7,59	3,99	1,73
Weil die Menschen in mein...	274x	40,77	132x	19,64	69x	10,27	97x	14,43	36x	5,36	38x	5,65	26x	3,87	2,56	1,77
Weil es eine gute Möglichk...	97x	14,43	81x	12,05	83x	12,35	156x	23,21	110x	16,37	93x	13,84	52x	7,74	3,88	1,82
Weil ich intensive Gefühle...	47x	6,99	65x	9,67	46x	6,85	143x	21,28	141x	20,98	141x	20,98	89x	13,24	4,56	1,74
Ich glaube nicht mehr wirk...	379x	56,40	116x	17,26	53x	7,89	74x	11,01	23x	3,42	15x	2,23	12x	1,79	2,02	1,48
Weil ich ein gutes Gefühl v...	28x	4,17	37x	5,51	43x	6,40	113x	16,82	149x	22,17	189x	28,13	113x	16,82	4,99	1,59
Weil ich mich schlecht füh...	42x	6,25	34x	5,06	29x	4,32	135x	20,09	130x	19,35	172x	25,60	130x	19,35	4,95	1,69
Um anderen zu zeigen, wi...	311x	46,28	141x	20,98	59x	8,78	104x	15,48	29x	4,32	17x	2,53	11x	1,64	2,25	1,52
Weil ich ein gutes Gefühl v...	42x	6,25	53x	7,89	48x	7,14	151x	22,47	145x	21,58	139x	20,68	94x	13,99	4,63	1,69
Weil es eine der besten M...	291x	43,30	140x	20,83	57x	8,48	109x	16,22	36x	5,36	27x	4,02	12x	1,79	2,39	1,61
Weil ich das Gefühl mag, i...	40x	5,95	50x	7,44	58x	8,63	136x	20,24	141x	20,98	151x	22,47	96x	14,29	4,67	1,69
Weil ich regelmäßig Sport...	35x	5,21	31x	4,61	42x	6,25	111x	16,52	137x	20,39	162x	24,11	154x	22,92	5,06	1,68
Weil ich ein gutes Gefühl v...	33x	4,91	38x	5,65	48x	7,14	141x	20,98	152x	22,62	157x	23,36	103x	15,33	4,82	1,62
Oft kommt es mir vor, als k...	166x	24,70	177x	26,34	100x	14,88	135x	20,09	50x	7,44	28x	4,17	16x	2,38	2,81	1,57

Arithmetisches Mittel (O)

Standardabweichung (±)

1

2

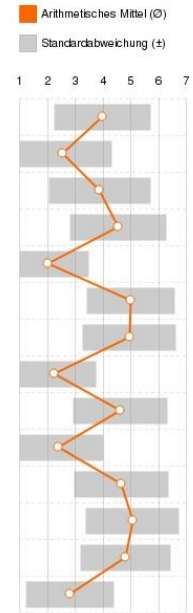
3

4

5

6

7



5. Warum gehst Du ins Fitnessstudio und treibst dort Sport?  
Bitte kreuze an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Dich zutreffen.

Anzahl Teilnehmer: 672

	Trifft überhaupt nicht zu				Trifft mäßig zu				Trifft exakt zu							
	1		2		3		4		5		6		7			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)									
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Ø	±		
Weil ich ein gutes Gefühl w...	91x	13,54	84x	12,50	61x	9,08	191x	28,42	118x	17,56	93x	13,84	34x	5,06	3,86	1,73
Wegen des guten Gefühls...	79x	11,76	81x	12,05	67x	9,97	173x	25,74	133x	19,79	97x	14,43	42x	6,25	3,98	1,73
Früher hatte ich gute Grün...	486x	72,32	107x	15,92	28x	4,17	33x	4,91	7x	1,04	7x	1,04	4x	0,60	1,52	1,07
Weil ich mich beim Entdec...	48x	7,14	60x	8,93	53x	7,89	172x	25,60	129x	19,20	128x	19,05	82x	12,20	4,47	1,71
Es kommt mir so vor, als w...	421x	62,65	114x	16,96	43x	6,40	55x	8,18	26x	3,87	4x	0,60	9x	1,34	1,81	1,33
Weil mir dadurch Ansehen...	304x	45,24	121x	18,01	64x	9,52	102x	15,18	45x	6,70	25x	3,72	11x	1,64	2,38	1,62
Weil es meiner Meinung n...	229x	34,08	151x	22,47	64x	9,52	131x	19,49	49x	7,29	27x	4,02	21x	3,13	2,68	1,68
Weil ich große Genugtuun...	63x	9,38	75x	11,16	58x	8,63	159x	23,66	122x	18,15	117x	17,41	78x	11,61	4,29	1,79
Weil es absolut notwendig...	4x	0,60	4x	0,60	4x	0,60	38x	5,65	65x	9,67	187x	27,83	370x	55,06	6,27	1,05
Wegen des Ansehens, ein...	307x	45,68	124x	18,45	58x	8,63	101x	15,03	47x	6,99	22x	3,27	13x	1,93	2,37	1,63
Weil es eine gute Möglichk...	104x	15,48	75x	11,16	77x	11,46	174x	25,89	123x	18,30	91x	13,54	28x	4,17	3,78	1,73
Weil ich ein gutes Gefühl v...	11x	1,64	28x	4,17	33x	4,91	80x	11,90	145x	21,58	220x	32,74	155x	23,07	5,38	1,44
Wegen der Aufregung, die...	132x	19,64	117x	17,41	61x	9,08	163x	24,26	92x	13,69	71x	10,57	36x	5,36	3,48	1,83
Weil ich Sport treiben mus...	27x	4,02	25x	3,72	30x	4,46	90x	13,39	125x	18,60	155x	23,07	220x	32,74	5,39	1,64

Arithmetisches Mittel (Ø)

Standardabweichung (±)

1

2

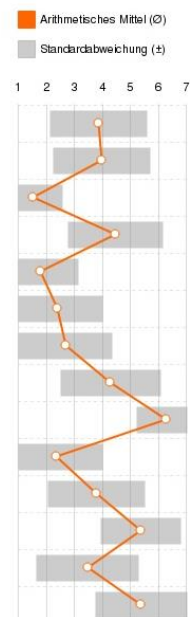
3

4

5

6

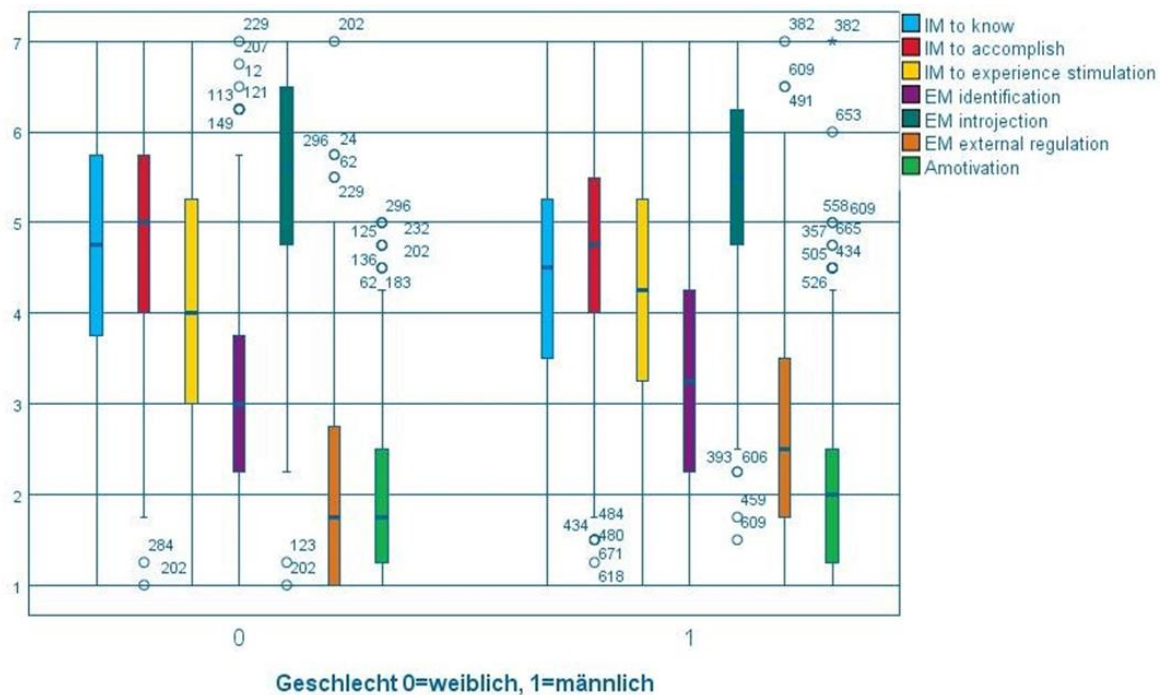
7



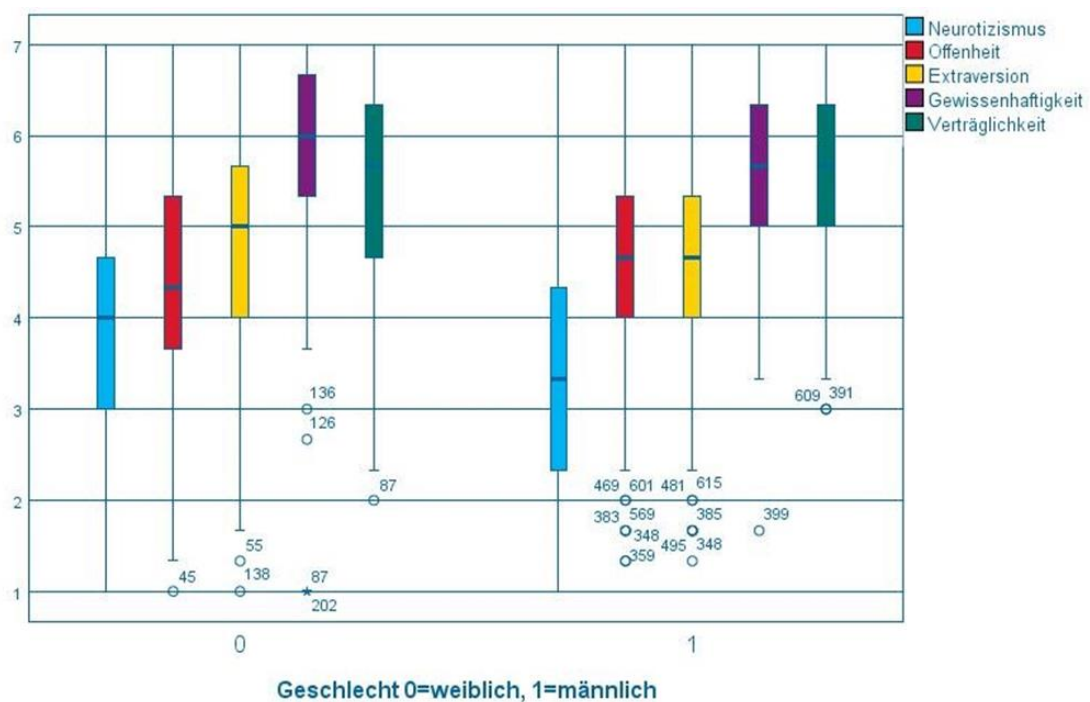
## Anhang 4: Ergänzende Auswertungen

aus: IBM SPSS Statistics 24

### Durchschnittliches Motivationsprofil Frauen/ Männer - Boxplot



### Durchschnittliches Persönlichkeitsprofil Frauen/ Männer - Boxplot





## Deskriptive Statistik Big Five und Motivationen

### Deskriptive Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Standard Abweichung	Varianz
Neurotizismus	672	1,00	7,00	3,5982	1,23626	1,528
Offenheit	672	1,00	7,00	4,5913	1,16850	1,365
Extraversion	672	1,00	7,00	4,7569	1,18266	1,399
Gewissenhaftigkeit	672	1,00	7,00	5,7143	,94687	,897
Verträglichkeit	672	2,00	7,00	5,5114	,97656	,954
IM to know	672	1,00	7,00	4,4754	1,39683	1,951
IM to accomplish	672	1,00	7,00	4,6607	1,24002	1,538
IM to experience stimulation	672	1,00	7,00	4,1417	1,39141	1,936
EM identification	672	1,00	7,00	3,1797	1,28942	1,663
EM introjection	672	1,00	7,00	5,4189	1,10687	1,225
EM external regulation	672	1,00	7,00	2,3891	1,24076	1,539
Amotivation	672	1,00	7,00	2,0391	,96224	,926
Gültige Werte (Listenweise)	672					

## Häufigkeitstabellen

### Neurotizismus

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig 1,000000000000000	10	1,5	1,5	1,5
1,333333333333333	14	2,1	2,1	3,6
1,666666666666667	27	4,0	4,0	7,6
2,000000000000000	34	5,1	5,1	12,6
2,333333333333334	55	8,2	8,2	20,8
2,666666666666667	55	8,2	8,2	29,0
3,000000000000000	69	10,3	10,3	39,3
3,333333333333334	56	8,3	8,3	47,6
3,666666666666667	58	8,6	8,6	56,3
4,000000000000000	71	10,6	10,6	66,8
4,333333333333333	61	9,1	9,1	75,9
4,666666666666667	60	8,9	8,9	84,8
5,000000000000000	32	4,8	4,8	89,6
5,333333333333333	23	3,4	3,4	93,0
5,666666666666667	21	3,1	3,1	96,1
6,000000000000000	9	1,3	1,3	97,5
6,333333333333333	10	1,5	1,5	99,0
6,666666666666667	4	,6	,6	99,6
7,000000000000000	3	,4	,4	100,0
Gesamt	672	100,0	100,0	

## Offenheit

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig 1,000000000000000	1	,1	,1	,1
1,333333333333333	3	,4	,4	,6
1,666666666666667	5	,7	,7	1,3
2,000000000000000	5	,7	,7	2,1
2,333333333333334	12	1,8	1,8	3,9
2,666666666666667	19	2,8	2,8	6,7
3,000000000000000	35	5,2	5,2	11,9
3,333333333333334	45	6,7	6,7	18,6
3,666666666666667	42	6,3	6,3	24,9
4,000000000000000	69	10,3	10,3	35,1
4,333333333333333	80	11,9	11,9	47,0
4,666666666666667	67	10,0	10,0	57,0
5,000000000000000	69	10,3	10,3	67,3
5,333333333333333	68	10,1	10,1	77,4
5,666666666666667	52	7,7	7,7	85,1
6,000000000000000	41	6,1	6,1	91,2
6,333333333333333	24	3,6	3,6	94,8
6,666666666666667	19	2,8	2,8	97,6
7,000000000000000	16	2,4	2,4	100,0
Gesamt	672	100,0	100,0	

## Extraversion

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig 1,000000000000000	1	,1	,1	,1
1,333333333333333	2	,3	,3	,4
1,666666666666667	6	,9	,9	1,3
2,000000000000000	6	,9	,9	2,2
2,333333333333334	11	1,6	1,6	3,9
2,666666666666667	14	2,1	2,1	6,0
3,000000000000000	19	2,8	2,8	8,8
3,333333333333334	32	4,8	4,8	13,5
3,666666666666667	51	7,6	7,6	21,1
4,000000000000000	49	7,3	7,3	28,4
4,333333333333333	87	12,9	12,9	41,4
4,666666666666667	72	10,7	10,7	52,1
5,000000000000000	76	11,3	11,3	63,4
5,333333333333333	65	9,7	9,7	73,1
5,666666666666667	55	8,2	8,2	81,3
6,000000000000000	47	7,0	7,0	88,2
6,333333333333333	27	4,0	4,0	92,3
6,666666666666667	21	3,1	3,1	95,4
7,000000000000000	31	4,6	4,6	100,0
Gesamt	672	100,0	100,0	

## Gewissenhaftigkeit

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig 1,000000000000000	2	,3	,3	,3
1,666666666666667	1	,1	,1	,4
2,666666666666667	1	,1	,1	,6
3,000000000000000	1	,1	,1	,7
3,333333333333334	5	,7	,7	1,5
3,666666666666667	10	1,5	1,5	3,0
4,000000000000000	20	3,0	3,0	6,0
4,333333333333333	29	4,3	4,3	10,3
4,666666666666667	47	7,0	7,0	17,3
5,000000000000000	63	9,4	9,4	26,6
5,333333333333333	77	11,5	11,5	38,1
5,666666666666667	91	13,5	13,5	51,6
6,000000000000000	84	12,5	12,5	64,1
6,333333333333333	83	12,4	12,4	76,5
6,666666666666667	74	11,0	11,0	87,5
7,000000000000000	84	12,5	12,5	100,0
Gesamt	672	100,0	100,0	

## Verträglichkeit

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig 2,000000000000000	1	,1	,1	,1
2,333333333333334	1	,1	,1	,3
2,666666666666667	1	,1	,1	,4
3,000000000000000	6	,9	,9	1,3
3,333333333333334	9	1,3	1,3	2,7
3,666666666666667	15	2,2	2,2	4,9
4,000000000000000	27	4,0	4,0	8,9
4,333333333333333	46	6,8	6,8	15,8
4,666666666666667	63	9,4	9,4	25,1
5,000000000000000	76	11,3	11,3	36,5
5,333333333333333	72	10,7	10,7	47,2
5,666666666666667	81	12,1	12,1	59,2
6,000000000000000	81	12,1	12,1	71,3
6,333333333333333	68	10,1	10,1	81,4
6,666666666666667	67	10,0	10,0	91,4
7,000000000000000	58	8,6	8,6	100,0
Gesamt	672	100,0	100,0	

## IM to know

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1,00	8	1,2	1,2
	1,25	8	1,2	2,4
	1,50	5	,7	3,1
	1,75	14	2,1	5,2
	2,00	10	1,5	6,7
	2,25	11	1,6	8,3
	2,50	18	2,7	11,0
	2,75	15	2,2	13,2
	3,00	25	3,7	17,0
	3,25	27	4,0	21,0
	3,50	28	4,2	25,1
	3,75	46	6,8	32,0
	4,00	43	6,4	38,4
	4,25	40	6,0	44,3
	4,50	51	7,6	51,9
	4,75	50	7,4	59,4
	5,00	46	6,8	66,2
	5,25	39	5,8	72,0
	5,50	39	5,8	77,8
	5,75	37	5,5	83,3
	6,00	31	4,6	87,9
	6,25	23	3,4	91,4
	6,50	21	3,1	94,5
	6,75	12	1,8	96,3
	7,00	25	3,7	100,0
Gesamt	672	100,0	100,0	

## IM to accomplish

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1,00	1	,1	,1
	1,25	2	,3	,4
	1,50	4	,6	1,0
	1,75	8	1,2	2,2
	2,00	5	,7	3,0
	2,25	10	1,5	4,5
	2,50	18	2,7	7,1
	2,75	13	1,9	9,1
	3,00	24	3,6	12,6
	3,25	23	3,4	16,1
	3,50	22	3,3	19,3
	3,75	35	5,2	24,6
	4,00	52	7,7	32,3
	4,25	46	6,8	39,1
	4,50	42	6,3	45,4
	4,75	48	7,1	52,5
	5,00	61	9,1	61,6
	5,25	50	7,4	69,0
	5,50	57	8,5	77,5
	5,75	48	7,1	84,7
	6,00	26	3,9	88,5
	6,25	31	4,6	93,2
	6,50	12	1,8	94,9
	6,75	12	1,8	96,7
	7,00	22	3,3	100,0
Gesamt	672	100,0	100,0	

## IM to experience stimulation

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1,00	13	1,9	1,9
	1,25	8	1,2	3,1
	1,50	4	,6	3,7
	1,75	11	1,6	5,4
	2,00	22	3,3	8,6
	2,25	23	3,4	12,1
	2,50	29	4,3	16,4
	2,75	26	3,9	20,2
	3,00	29	4,3	24,6
	3,25	39	5,8	30,4
	3,50	33	4,9	35,3
	3,75	40	6,0	41,2
	4,00	50	7,4	48,7
	4,25	46	6,8	55,5
	4,50	31	4,6	60,1
	4,75	38	5,7	65,8
	5,00	37	5,5	71,3
	5,25	54	8,0	79,3
	5,50	42	6,3	85,6
	5,75	20	3,0	88,5
	6,00	29	4,3	92,9
	6,25	20	3,0	95,8
	6,50	14	2,1	97,9
	6,75	8	1,2	99,1
	7,00	6	,9	100,0
Gesamt	672	100,0	100,0	

## EM identification

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1,00	44	6,5	6,5
	1,25	8	1,2	7,7
	1,50	20	3,0	10,7
	1,75	45	6,7	17,4
	2,00	36	5,4	22,8
	2,25	35	5,2	28,0
	2,50	51	7,6	35,6
	2,75	47	7,0	42,6
	3,00	50	7,4	50,0
	3,25	56	8,3	58,3
	3,50	56	8,3	66,7
	3,75	34	5,1	71,7
	4,00	36	5,4	77,1
	4,25	34	5,1	82,1
	4,50	23	3,4	85,6
	4,75	29	4,3	89,9
	5,00	17	2,5	92,4
	5,25	13	1,9	94,3
	5,50	12	1,8	96,1
	5,75	6	,9	97,0
	6,00	4	,6	97,6
	6,25	8	1,2	98,8
	6,50	4	,6	99,4
	6,75	2	,3	99,7
	7,00	2	,3	100,0
Gesamt	672	100,0	100,0	

## EM introjection

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1,00	1	,1	,1	,1
	1,25	1	,1	,1	,3
	1,50	1	,1	,1	,4
	1,75	1	,1	,1	,6
	2,25	4	,6	,6	1,2
	2,50	5	,7	,7	1,9
	2,75	3	,4	,4	2,4
	3,00	5	,7	,7	3,1
	3,25	15	2,2	2,2	5,4
	3,50	16	2,4	2,4	7,7
	3,75	12	1,8	1,8	9,5
	4,00	20	3,0	3,0	12,5
	4,25	29	4,3	4,3	16,8
	4,50	39	5,8	5,8	22,6
	4,75	29	4,3	4,3	26,9
	5,00	48	7,1	7,1	34,1
	5,25	63	9,4	9,4	43,5
	5,50	68	10,1	10,1	53,6
	5,75	54	8,0	8,0	61,6
	6,00	55	8,2	8,2	69,8
	6,25	58	8,6	8,6	78,4
	6,50	52	7,7	7,7	86,2
	6,75	47	7,0	7,0	93,2
	7,00	46	6,8	6,8	100,0
	Gesamt	672	100,0	100,0	

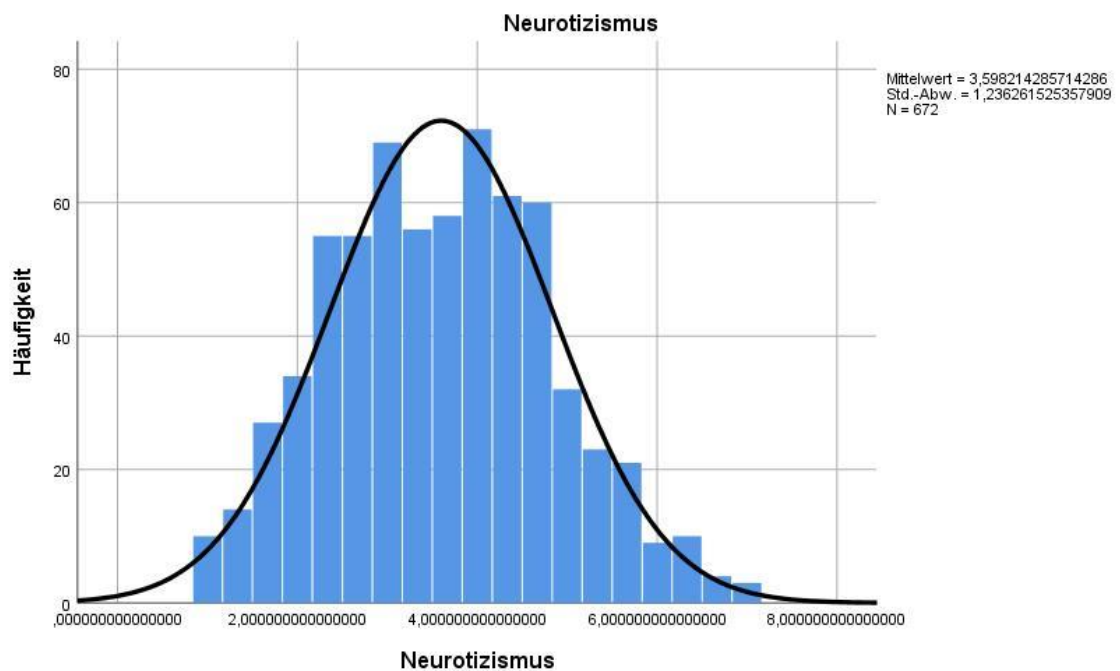
## EM external regulation

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1,00	136	20,2	20,2	20,2
	1,25	46	6,8	6,8	27,1
	1,50	33	4,9	4,9	32,0
	1,75	65	9,7	9,7	41,7
	2,00	55	8,2	8,2	49,9
	2,25	40	6,0	6,0	55,8
	2,50	49	7,3	7,3	63,1
	2,75	42	6,3	6,3	69,3
	3,00	33	4,9	4,9	74,3
	3,25	33	4,9	4,9	79,2
	3,50	29	4,3	4,3	83,5
	3,75	23	3,4	3,4	86,9
	4,00	22	3,3	3,3	90,2
	4,25	11	1,6	1,6	91,8
	4,50	10	1,5	1,5	93,3
	4,75	15	2,2	2,2	95,5
	5,00	8	1,2	1,2	96,7
	5,25	7	1,0	1,0	97,8
	5,50	7	1,0	1,0	98,8
	5,75	2	,3	,3	99,1
	6,00	2	,3	,3	99,4
	6,50	2	,3	,3	99,7
	7,00	2	,3	,3	100,0
	Gesamt	672	100,0	100,0	

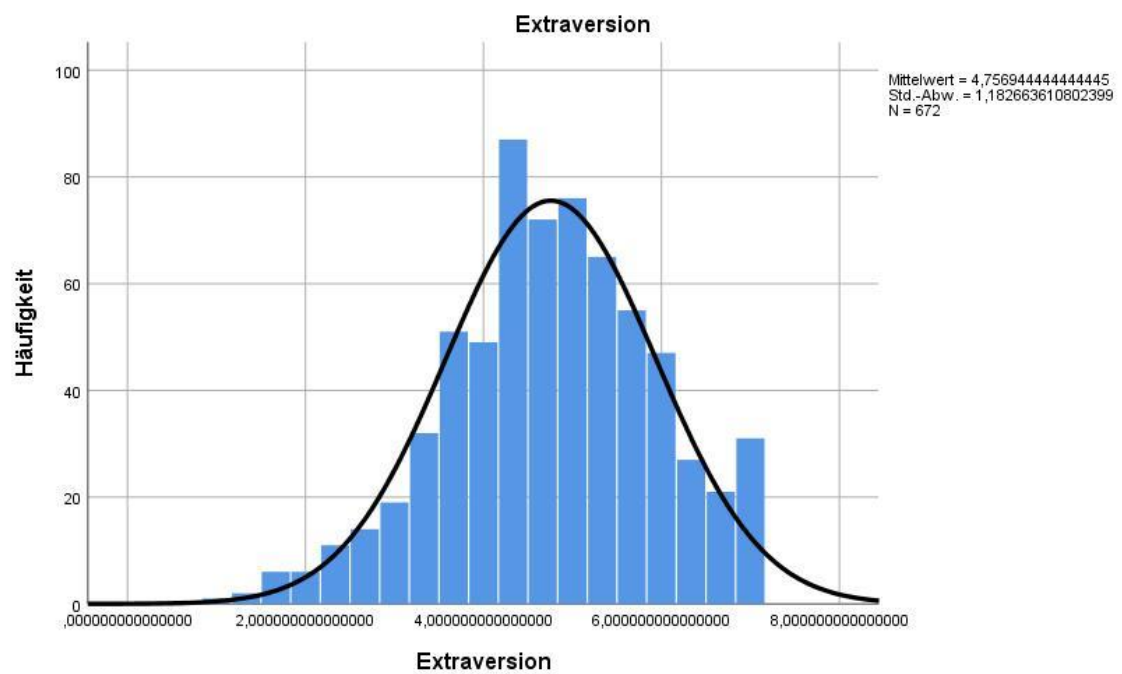
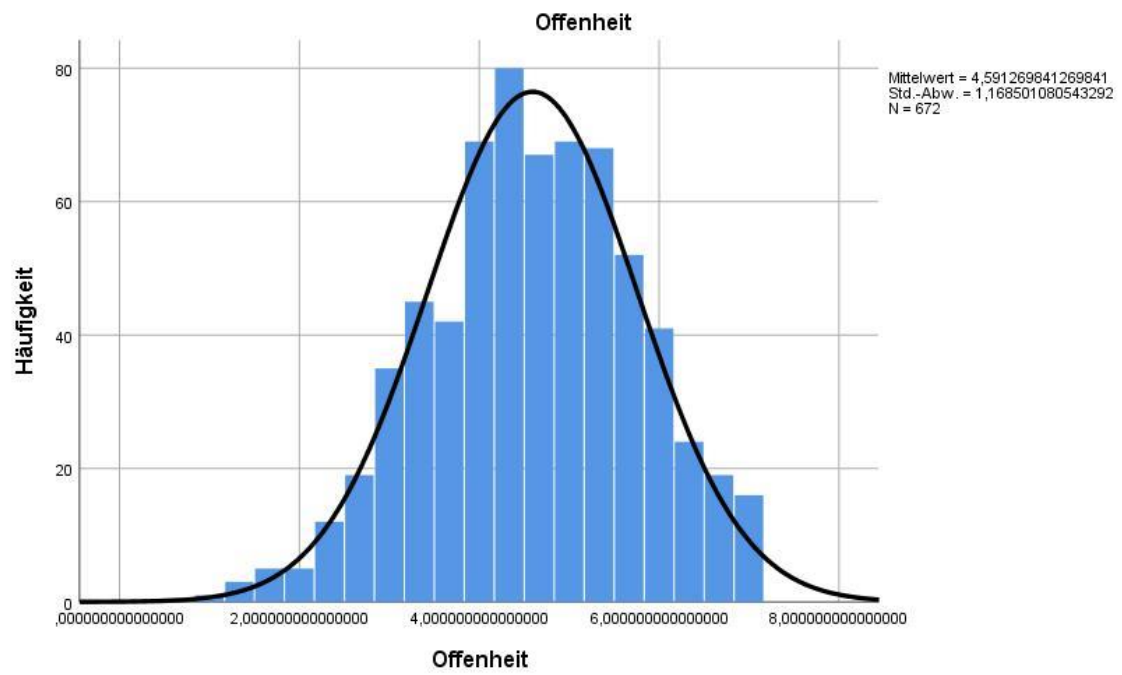
## Amotivation

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1,00	121	18,0	18,0	18,0
	1,25	87	12,9	12,9	31,0
	1,50	68	10,1	10,1	41,1
	1,75	79	11,8	11,8	52,8
	2,00	57	8,5	8,5	61,3
	2,25	54	8,0	8,0	69,3
	2,50	55	8,2	8,2	77,5
	2,75	30	4,5	4,5	82,0
	3,00	27	4,0	4,0	86,0
	3,25	24	3,6	3,6	89,6
	3,50	20	3,0	3,0	92,6
	3,75	13	1,9	1,9	94,5
	4,00	12	1,8	1,8	96,3
	4,25	5	,7	,7	97,0
	4,50	8	1,2	1,2	98,2
	4,75	5	,7	,7	99,0
	5,00	5	,7	,7	99,7
	6,00	1	,1	,1	99,9
	7,00	1	,1	,1	100,0
Gesamt		672	100,0	100,0	

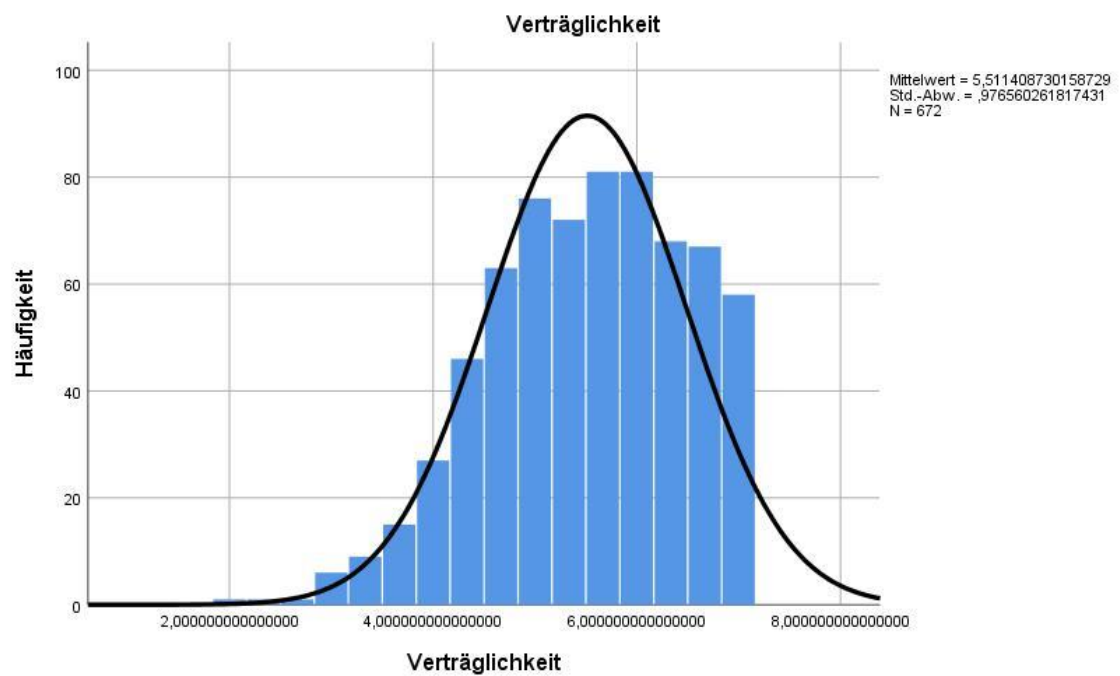
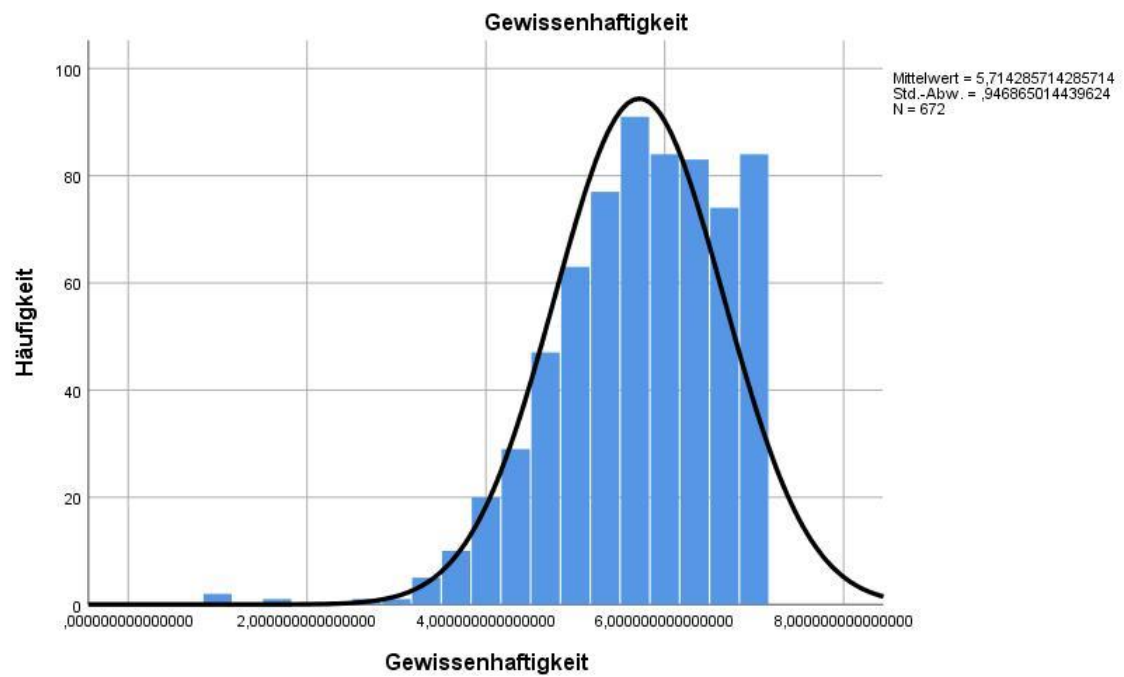
## Histogramme

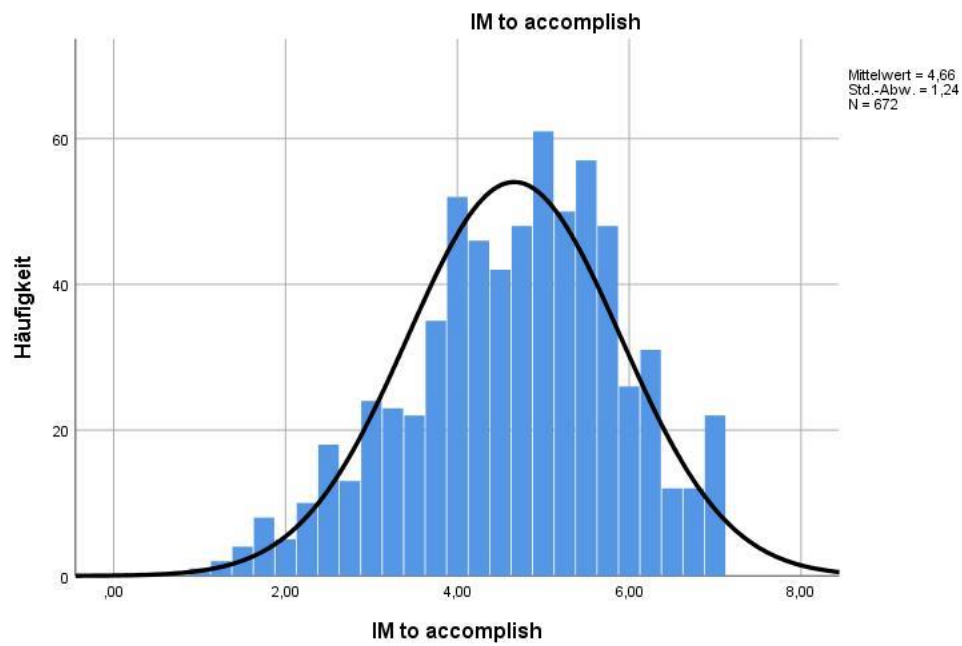
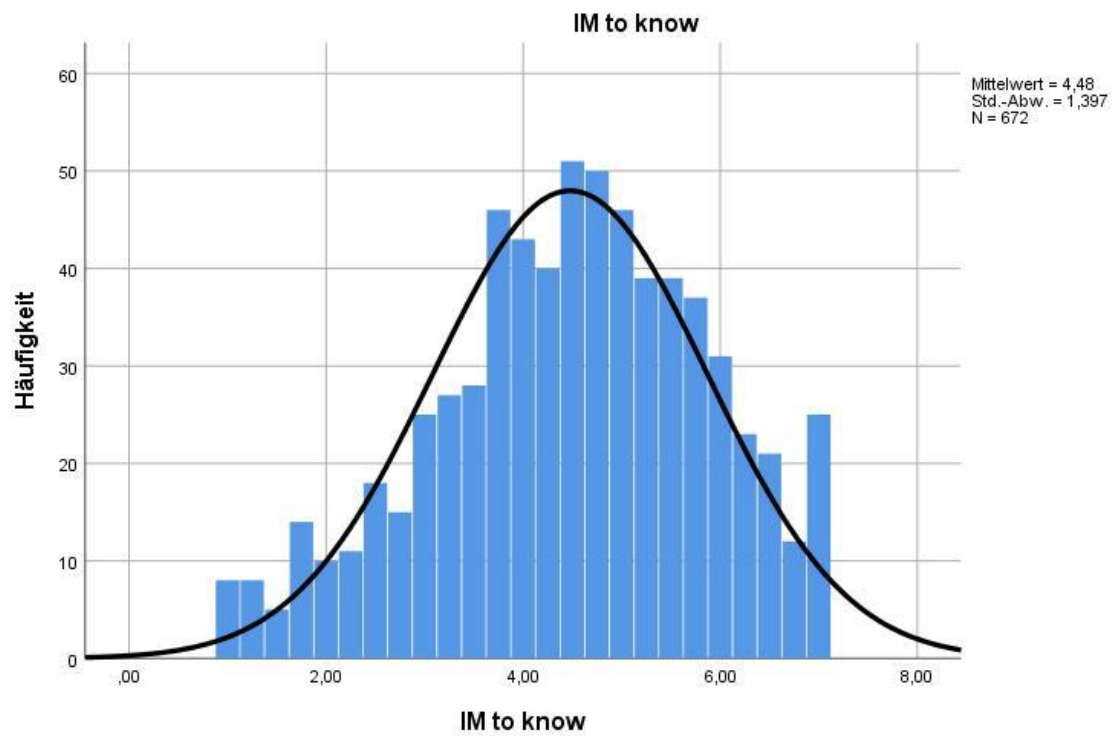


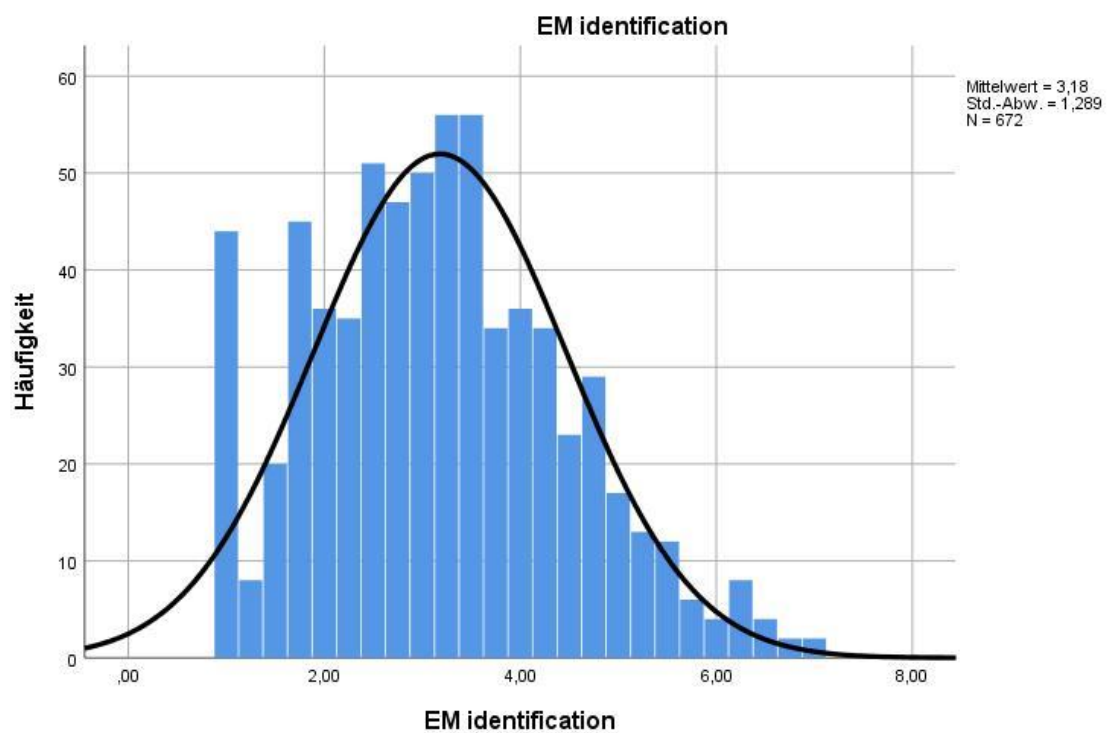
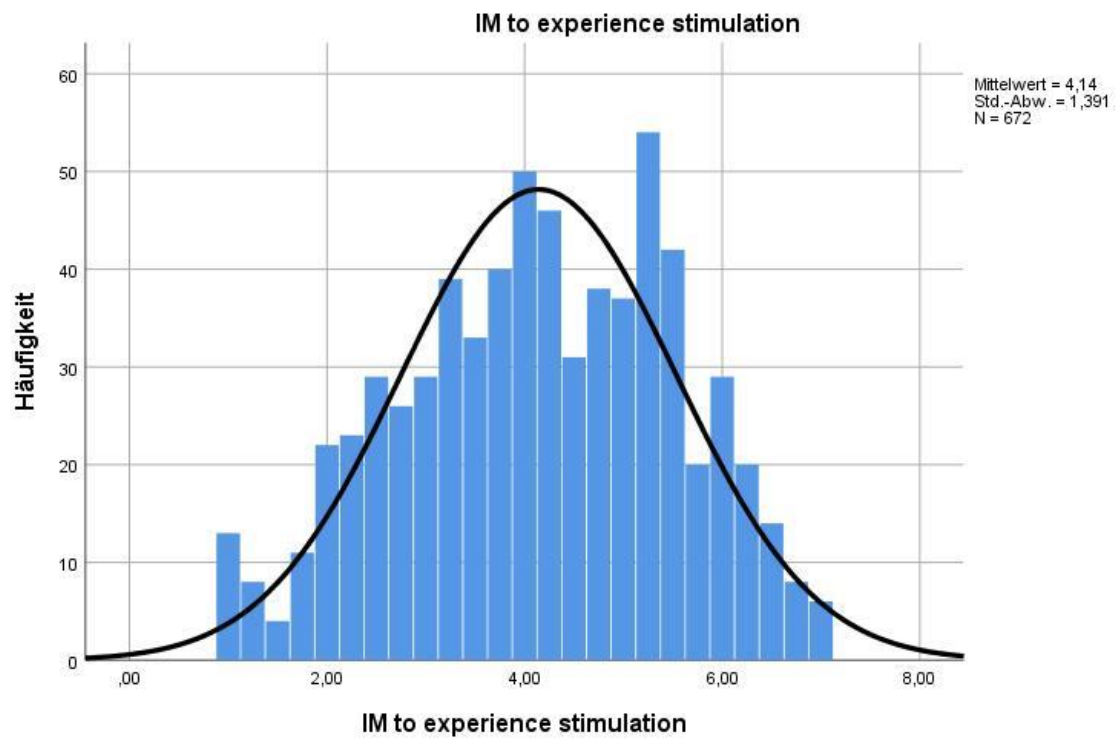


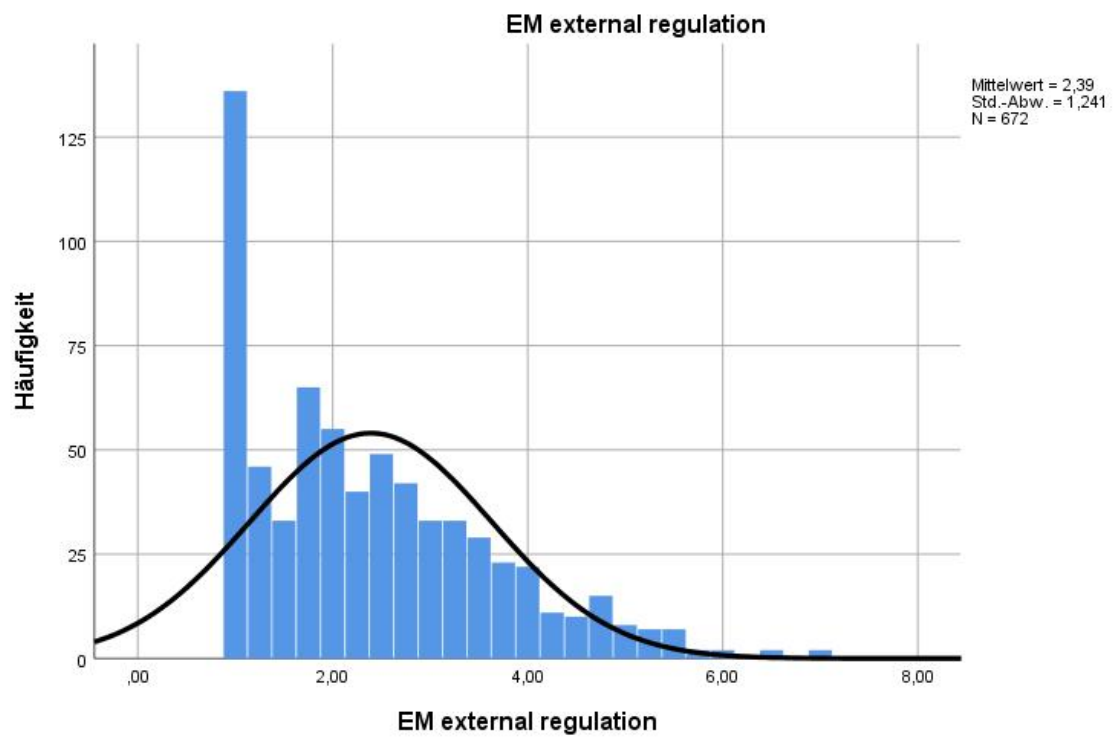
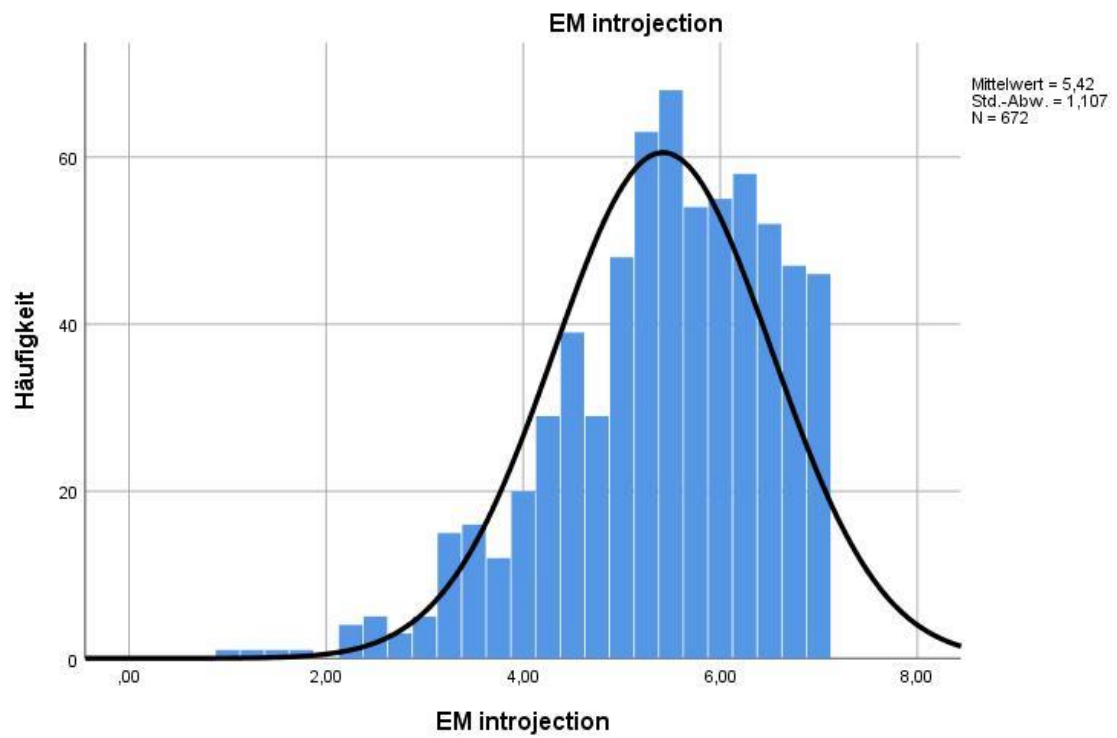


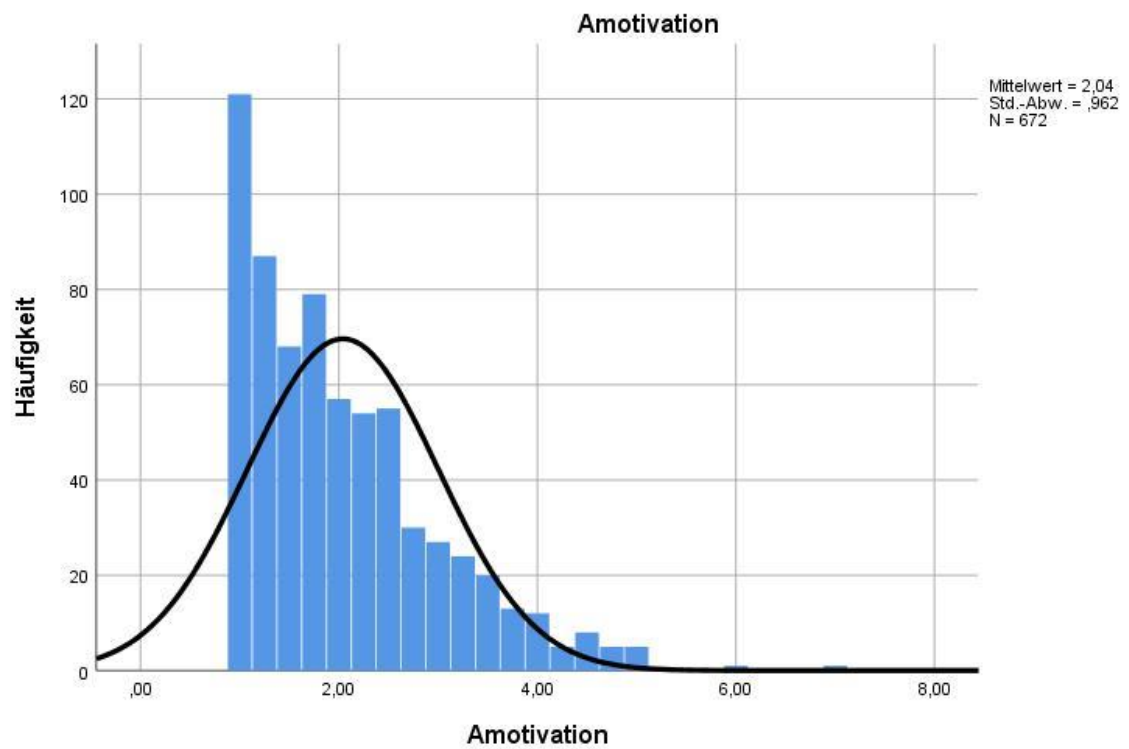












## **Eigenständigkeitserklärung**

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Mittweida, 06.06.2017

Vitus Meixl